

**PERSEPSI APARATUR SIPIL NEGARA TERHADAP PENGGUNAAN JASA
BANK SYARIAH (Studi Pegawai di Kantor Wilayah Kementerian
Agama Provinsi Sulawesi Selatan)**



Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Magister Pada Konsentrasi Ekonomi Syariah pada
Pascasarjana UIN Alauddin
Makassar

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
M A K A S S A R

Oleh:

RASNAWATI
NIM: 80600214025

PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN
MAKASSAR
2017

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rasnawati
Nim : 80600214025
Tempat/Tgl. Lahir : Sandakan Malaysia/17 Juni 1981
Jur/Prodi/Konsentrasi : Ekonomi Syariah
Fakultas/Program : Magister (S.2)
Alamat Sekarang : Jl. Dg. Ramang Perumahan Ramang Residenza B. 9 Daya
Makassar
Judul Tesis : PERSEPSI APARATUR SIPIL NEGARA TERHADAP
PENGUNAAN JASA BANK SYARIAH (Studi
Pegawai Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi
Sulawesi Selatan)

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa tesis ini benar adalah hasil karya sendiri. Jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka tesis dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
M A K A S S A R

Makassar, 08 Agustus 2017

Penyusun,



Rasnawati

Nim: 80600214025

PENGESAHAN TESIS

Tesis dengan judul "*Persepsi Aparatur Sipil Negara terhadap Penggunaan Jasa Bank Syariah (Studi Pegawai di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan*" yang disusun oleh Saudari **Rasnawati**, NIM: **80600214025**, telah diujikan dan dipertahankan dalam Sidang Ujian Munaqasyah yang diselenggarakan pada hari **Rabu, 26 Juli 2017** Masehi, bertepatan dengan tanggal **02 Dzulqa'idah 1438** Hijriah, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister dalam bidang Ekonomi Syariah pada Pascasarjana UIN Alauddin Makassar.

PROMOTOR:

1. Dr. M. Wahyuddin Abdullah, SE. M.Si. Akt. (.....)

KOPROMOTOR:

2. Dr. Andi Suarda, M.Si. (.....)

PENGUJI:

1. Dr. Abdul Wahab, S.E., M.Si. (.....)

2. Dr. Irwan Misbach, S.E., M.Si. (.....)

3. Dr. M. Wahyuddin Abdullah, SE. M.Si. Akt. (.....)

4. Dr. Andi Suarda, M.Si. (.....)

Makassar, 08 Agustus 2017

Diketahui oleh:

Direktur Pascasarjana
UIN Alauddin Makassar,

Prof. Dr. Sabri Samin. M.,Ag.
NIP. 79561231 198703 1 002

KATA PENGANTAR



الحمد لله الذي علم بالقلم علم الانسان ما لم يعلم، والصلاة والسلام على اشرف الأنبياء والمرسلين نبينا محمد وعلى آله واصحابه اجمعين. اما بعد،

Puji syukur ke hadirat Allah swt. karena atas limpahan rahmat, taufik, hidayah, petunjuk, dan pertolongan-Nya, sehingga tesis ini dapat terselesaikan. Salawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad saw., keluarga, sahabat, dan seluruh pengikutnya yang setia hingga akhir zaman.

Penyelesaian tesis ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada berbagai pihak yang turut memberikan andil, baik secara langsung maupun tidak, moral maupun material. Untuk maksud tersebut, maka pada kesempatan ini, sepatutnya menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. H. Musafir Pababbari, M.Si, Rektor UIN Alauddin Makassar, Prof. Dr. H. Mardan, M. Ag. Wakil Rektor I UIN Alauddin Makassar, Prof. Dr. H. Lomba Sultan, MA. Wakil Rektor II, Prof. Dr. Hj. Aisyah Kara, M.A, Ph.D, Wakil Rektor III, dan Prof. Hamdan Juhannis, M.A, Ph. D, Wakil Rektor IV UIN Alauddin Makassar yang berusaha mengembangkan dan menjadikan kampus UIN sebagai kampus yang berperadaban.
2. Direktur Pascasarjana UIN Alauddin Makassar, Prof. Dr. Sabri Samin, M.Ag., Prof. Dr. H. Achmad Abu Bakar, MA., Wakil Direktur I, Dr. H. Kamaluddin Abu Nawas, M.Ag, Wakil Direktur II, Prof. Dr. Hj. Muliati Amin, M.Ag, Wakil Direktur III Pascasarjana UIN Alauddin Makassar, yang telah bersungguh-sungguh mengabdikan ilmunya demi peningkatan kualitas

3. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, sebagai perguruan tinggi yang terdepan dalam membangun peradaban Islam.
4. Dr. M. Wahyuddin Abdullah, SE. M.Si. Akt. dan Dr. Andi Suarda, M.Si. promotor dan kopromotor yang senantiasa memberikan bimbingan, arahan, dan saran-saran berharga sehingga tulisan ini dapat terwujud.
5. Dr. Abdul Wahab, S.E., M.Si., dan Dr. Irwan Misbach., S.E, M.Si., penguji yang telah meluangkan segenap waktu dan gagasannya demi maksimalnya tesis ini.
6. Para Guru Besar dan segenap dosen Program Pascasarjana UIN Alauddin Makassar yang telah memberikan ilmu dan bimbingan ilmiahnya selama masa studi.
7. Kepala Perpustakaan Pusat UIN Alauddin Makassar beserta segenap stafnya yang telah menyiapkan literatur dan memberikan kemudahan untuk dapat memanfaatkan secara maksimal demi penyelesaian tesis ini.
8. Kepala Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan dan jajarannya yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu, yang telah banyak membantu kelancaran pelaksanaan penelitian dan memberikan berbagai informasi penting yang dibutuhkan dalam penyelesaian tesis ini.
9. Kepada kedua orangtua yang tercinta; Samarang dan Hj. Madinah, semoga jerih payah mereka yang telah mengasuh, membimbing serta tiada henti-hentinya memanjatkan do'a ke hadirat Ilahi untuk memohon keberkahan dan kesuksesan bagi anak-anaknya. Semoga Allah memberikan pahala yang berlipat ganda.
10. Suami tercinta; Dr. Patawari, SHi. MH. yang senantiasa memberikan saran, arahan, didikan dan menemani baik suka maupun duka dalam penyelesaian tesis ini.

10. Keluarga besar, khususnya saudara-saudara tercinta, Jumriah, S.Pd., M.Pd.I, Abd. Walid, S.Pd.I, MA., Ishak S.Pd.I, M.Pd.I, Sitti Maryam, S. Kep. Ners, dan Muh. Syakur yang telah memberikan semangat dan do'a dalam penyelesaian tesis ini.
11. Rekan-rekan Mahasiswa Program Pascasarjana UIN Alauddin Makassar khususnya Prodi Ekonomi Syariahseangkatan (Adrianto, Handriani, Agung Zulkarain Alang, Mahmudah Mulia Muhammad, Rahman Nurdin, Jhonny Akbar, dan Nur Ifna). Teman-teman di Kemenag bagian Haji dan Umrah (Hj. Dana Rohaniah, Hj. Sartika Tahir, Ayu Wahyuni Bahri dan Desyuniar).

Tesis ini selesai dengan maksimal, tentunya saran dan kritik dari pembaca yang membangun. Semoga tesis ini bermanfaat bagi pembaca.

Makassar, 08 Agustus 2017

Penyusun,
ALA UDDIN
M A K A S S A R



Rasnawati
NIM: 805001214025

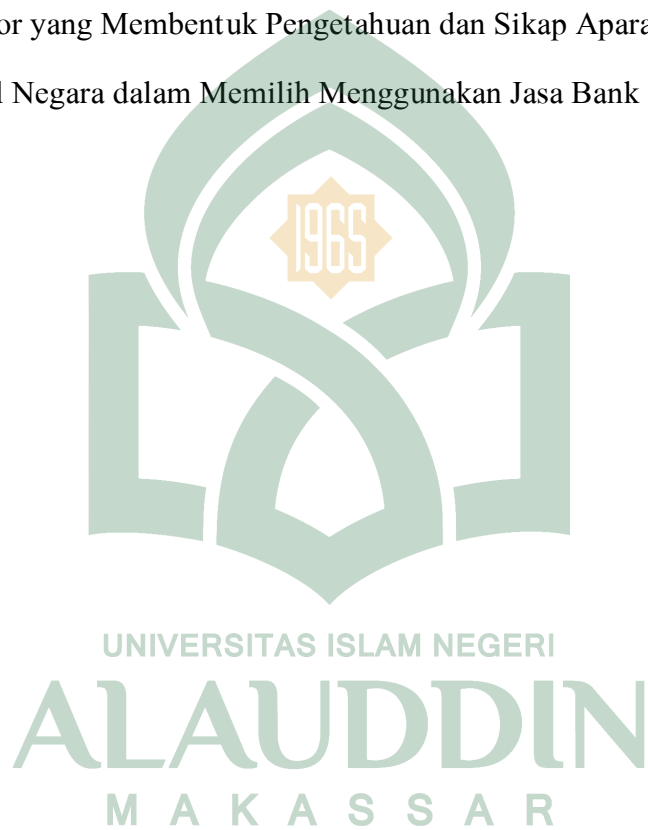
DAFTAR ISI

| | |
|-----------------------------------------------|-------|
| JUDUL | i |
| PERNYATAAN KEASLIAN TESIS..... | ii |
| PENGESAHAN TESIS | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR TABEL..... | ix |
| DAFTAR GAMBAR | x |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xi |
| PEDOMAN TRANSLITERASI DAN SINGKATAN..... | xii |
| ABSTRAK..... | xviii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1-14 |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Fokus dan Deskripsi Fokus Penelitian | 8 |
| C. Rumusan Masalah | 9 |
| D. Kajian Penelitian Terdahulu | 10 |
| E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian | 13 |
| BAB II TINJAUAN TEORETIS..... | 15-47 |
| A. Teori Kepersepsian | 15 |
| B. Teori <i>Kemaslahatan</i> | 20 |
| C. Bank Syariah..... | 26 |
| D. Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi | 32 |
| E. Alasan Memilih Bank Syariah | 42 |
| F. Kerangka Konseptual..... | 46 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 48-55 |
| A. Jenis dan Lokasi Penelitian | 48 |
| B. Pendekatan Penelitian..... | 49 |
| C. Sumber Data | 49 |
| D. Metode Pengumpulan Data..... | 51 |
| E. Instrumen Penelitian | 51 |
| F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data | 53 |
| G. Pengujian Keabsahan Data Penelitian | 54 |

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| BAB IV HASIL PENELITIAN | 56-93 |
| A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian | 56 |
| B. Alasan yang Membentuk Pengetahuan dan Sikap Aparatur Sipil Negara Terhadap Bank Syariah..... | 69 |
| C. Faktor-Faktor yang Membentuk Pengetahuan dan Sikap Kepersepsian Pegawai Aparatur Sipil Negara Terhadap Bank Syariah..... | 84 |
| BAB V PENUTUP..... | 94-96 |
| A. Kesimpulan..... | 94 |
| B. Implikasi Penelitian..... | 95 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 97 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN..... | 101 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP..... | 110 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 4.1. Pimpinan Kanwil Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan dari Masa ke Masa | 56 |
| Tabel 4.2. Alasan yang Membentuk Pengetahuan dan Sikap Aparatur Sipil Negara Memilih Menggunakan Jasa Bank Syariah | 81 |
| Tabel 4.3. Faktor yang Membentuk Pengetahuan dan Sikap Aparatur Sipil Negara dalam Memilih Menggunakan Jasa Bank Syariah | 91 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|----------------------------------------------|----|
| Gambar. 2.1. Bagan Kerangka Konseptual | 47 |
|----------------------------------------------|----|



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|------------------------------------------------|-----|
| LAMPIRAN 1. Identitas Informan..... | 102 |
| LAMPIRAN 2. Pedoman Wawancara..... | 103 |
| LAMPIRAN 3. Dokumentasi Hasil Penelitian | 104 |
| LAMPIRAN 4. Surat-Surat Penelitian..... | 108 |



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin | Nama |
|------------|--------|--------------------|-----------------------------|
| ا | alif | Tidak dilambangkan | tidak dilambangkan |
| ب | ba | b | be |
| ت | ta | t | te |
| ث | ša | š | es (dengan titik di atas) |
| ج | jim | j | je |
| ح | ha | h | ha (dengan titik di bawah) |
| خ | kha | kh | kadang ha |
| د | dal | d | de |
| ذ | žal | ž | zet (dengan titik di atas) |
| ر | ra | r | er |
| ز | zai | z | zet |
| س | sin | s | es |
| ش | syin | sy | es dan ye |
| ص | šad | š | es (dengan titik di bawah) |
| ض | ḍad | ḍ | de (dengan titik di bawah) |
| ط | ṭa | ṭ | te (dengan titik di bawah) |
| ظ | ẓa | ẓ | zet (dengan titik di bawah) |
| ع | ‘ain | ‘ | apostrof terbalik |
| غ | gain | g | ge |
| ف | fa | f | ef |
| ق | qaf | q | qi |
| ك | kaf | k | ka |
| ل | lam | l | el |
| م | mim | m | em |
| ن | nun | n | en |
| و | wau | w | we |
| ه | ha | h | ha |
| ء | hamzah | ’ | apostrof |
| ي | ya | y | ye |

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (’).

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

| Tanda | Nama | Huruf Latin | Nama |
|-------|---------------|-------------|------|
| اَ | <i>fathah</i> | a | a |
| اِ | <i>kasrah</i> | i | i |
| اُ | <i>ḍammah</i> | u | u |

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

| Tanda | Nama | Huruf Latin | Nama |
|-------|-----------------------|-------------|---------|
| اَيَّ | <i>fathah dan yā'</i> | ai | adan i |
| اَوْ | <i>fathah dan wau</i> | au | a dan u |

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَّلَ : *hauula*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

| Harakat dan Huruf | Nama | Huruf dan Tanda | Nama |
|-------------------|---------------------------------|-----------------|---------------------|
| اَ... اِ... | <i>fathah dan alif atau yā'</i> | ā | a dan garis di atas |
| اِي | <i>kasrah dan yā'</i> | ī | i dan garis di atas |
| اُو | <i>ḍammah dan wau</i> | ū | u dan garis di atas |

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

4. *Tā' marbūṭah*

Transliterasi untuk *tā' marbūṭah* ada dua, yaitu: *tā' marbūṭah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā' marbūṭah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

| | |
|---------------------------|--------------------------------|
| رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ | : <i>rauḍah al-aṭfāl</i> |
| الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ | : <i>al-madīnah al-fāḍilah</i> |
| الْحِكْمَةُ | : <i>al-ḥikmah</i> |

5. *Syaddah (Tasydīd)*

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ـَـ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

| | |
|------------|-------------------|
| رَبَّنَا | : <i>rabbana</i> |
| نَجَّيْنَا | : <i>najjainā</i> |
| الْحَقُّ | : <i>al-ḥaqq</i> |
| نُعَمُّ | : <i>nu'ima</i> |
| عَدُوُّ | : <i>'aduwwun</i> |

Jika huruf *ي* ber-*tasydīd* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ـِـ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Contoh:

| | |
|-----------|---------------------------------------|
| عَلِيٌّ | : 'Alī (bukan 'Aliyy atau 'Aly) |
| عَرَبِيٌّ | : 'Arabī (bukan 'Arabiyy atau 'Araby) |

6. *Kata Sandang*

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *al* (*alif lam ma'arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)
 الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (*az-zalزالah*)
 الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*
 الْبِلَادُ : *al-bilādu*

7. *Hamzah*

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*
 النَّوْءُ : *al-nau'*
 شَيْءٌ : *syai'un*
 أُمِرْتُ : *umirtu*

8. *Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia*

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fī Zilāl al-Qur'ān
Al-Sunnah qabl al-tadwīn

9. *Lafẓ al-Jalālah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

بِاللهِ dīnullāh billāh

Adapun *tā' marbūṭah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللهِ hum fī raḥmatillāh

10. *Huruf Kapital*

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

Wa māMuḥammadunillārasūl
Innaawwalabaitinwuḍi‘alinnāsi lallaḏī bi Bakkatamubārakan
SyahrūRamaḏān al-laḏīunzila fīh al-Qur’ān
 Naṣīr al-Dīn al-Ṭūsī
 Abū Naṣr al-Farābī
 Al-Gazālī
 Al-Munqīz min al-Ḍalāl

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walīd Muḥammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad Ibnu)

Naṣr Ḥamīd Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Naṣr Ḥamīd (bukan: Zaīd, Naṣr Ḥamīd Abū)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

| | |
|---------------|---------------------------------------------------|
| swt. | = <i>subhānahū wa ta‘ālā</i> |
| saw. | = <i>ṣallallāhu ‘alaihi wa sallam</i> |
| a.s. | = <i>‘alaihi al-salām</i> |
| H | = Hijrah |
| M | = Masehi |
| SM | = Sebelum Masehi |
| l. | = Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja) |
| w. | = Wafat tahun |
| QS .../...: 4 | = QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Āli ‘Imrān/3: 4 |
| HR | = Hadis Riwayat |
| MA | = Madrasah Aliyah |



ABSTRAK

Nama : Rasnawati
NIM : 806001214025
Konsentrasi : Ekonomi Syariah
Judul Tesis : Persepsi Aparatur Sipil Negara terhadap Penggunaan Jasa Bank Syariah (Studi Pegawai di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan)

Tujuan penelitian ini secara umum adalah untuk mengetahui persepsi aparatur sipil negara memilih menggunakan jasa bank syariah pada pegawai di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan. Tujuan khusus, yaitu: 1) Untuk mengetahui dan menganalisis alasan yang membentuk pengetahuan dan sikap aparatur sipil negara memilih menggunakan jasa bank syariah pada pegawai di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan dan 2) Untuk mengetahui dan menganalisis faktor yang membentuk pengetahuan dan sikap aparatur sipil negara memilih menggunakan jasa bank syariah pada pegawai di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan.

Jenis penelitian ini tergolong penelitian lapangan (*field research*), dengan pendekatan penelitian yang digunakan adalah fenomenologi. Adapun sumber data penelitian ini adalah aparatur sipil negara pengguna jasa bank syariah. Selanjutnya, metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan dokumentasi. Selanjutnya, teknik pengolahan dan analisis data dilakukan dengan melalui empat tahapan, yaitu: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada dasarnya aparatur sipil negara memiliki persepsi terhadap jasa bank syariah dilihat dari pengetahuan dan sikap karena pelayanan yang diberikan bank syariah dan juga biaya administrasi yang ringan. Selain itu, pegawai mengetahui bahwa bank syariah bebas dari riba dan dalam bank syariah terdapat akad-akad yang dikenal dengan bagi hasil sehingga tidak merugikan dan memberatkan pihak yang melakukan akad bahkan dipandang sebagai bagian dari *kemaslahatan* karena orientasi nilai-nilai keagamaan secara *kaffah*. Faktor persepsi pegawai aparatur negara dalam menggunakan jasa bank baik bank syariah tidak lepas dari budaya organisasi di mana pegawai tersebut bekerja. Utamanya aparatur sipil negara di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan menggunakan jasa bank konvensional karena telah ada aturan dari atasan dalam penyeragaman rekening dalam penerimaan gaji pegawai, tetapi setelah mendapat gaji mereka ditransfer ke rekening bank syariah.

Implikasi dari penelitian ini adalah: 1) bagi bank syariah hendaknya mempertahankan citra bank syariah yang Islami dan melakukan promosi produk dengan gencar. 2) pegawai aparatur sipil negara hendaknya mencari informasi produk dan jasa serta menggunakan jasa bank syariah sebagai implikasi agama yang dianut. 3) Peneliti selanjutnya hendaknya melakukan penelitian yang sama dengan mengkaji dimensi yang lainnya demi kesempurnaan penelitian.

Keyword: Kepersepsian, *Kemaslahatan*, Bank Syariah, Aparatur Sipil Negara.

ABSTRACT

Name : Rasnawati
 Student Reg. Number : 806001214025
 Concentration : Sharia Economics
 Thesis Title : The Perception of civil servants on the use of Syariah Bank Services (a Study on the Employees of Ministries of Religious Affairs Regional Office of South Sulawesi Province)

The purpose of this study in general is to know the perception of the civil servants in the regional office of the ministry of religious affairs South Sulawesi province who choose to use the services of sharia banks. The specific objectives are: 1) To know and analyze the reasons that shape the knowledge and attitude of the civil servants in the regional office of the ministry of religious affairs South Sulawesi province who choose to use the services of sharia banks and 2) To know and analyze the factors that shape the knowledge and attitude of the civil servants in the regional office of the ministry of religious affairs South Sulawesi province to choose to use the services of sharia banks.

This study is a field study with phenomenology research approach. The data source of this study is civil servants who use sharia bank services. The data collection methods used are interviews and documentation. The technique of data analysis consists of four stages including data collection, data reduction, data presentation, and conclusion.

The results of this study indicate that basically civil servants have their perception on the services of sharia banks based on their knowledge and attitude towards the services provided by sharia banks and the low-cost administration. In addition, the civil servants know that sharia banks are free from usury and in sharia banks, there is a contract known as profit sharing. Therefore, it is not harmful and incriminating to the parties who made the contract. Moreover, it is even seen as beneficial because of its comprehensive orientation of religious values. The perceptions of the civil servants in using the sharia banks' services cannot be separated from the organizational culture in which the employee works particularly for civil servants in the regional office of the ministry of religious affairs South Sulawesi province who choose to use the services of sharia banks. They use conventional bank services because there has been the regulation to synchronize the bank accounts for the distribution of their salary, but after getting the salary, it is transferred to sharia bank accounts.

The implications of this research are: 1) the sharia banks should maintain the image of Islamic sharia banks and promoting their products intensively. 2) civil servant should look for information on products and services and use the services of sharia banks as a religious commitment. 3) Other researchers who are interested in the issue should do the same research by examining the other dimensions for research perfection.

Keywords : Perception, Benefits, Sharia Bank, Civil Servant



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan suatu negara dengan sebagian besar penduduknya muslim. Namun hal ini belum cukup membuat bank-bank syariah menjadi bank yang besar di Indonesia karena minat masyarakatnya yang masih kurang. Bank syariah seolah sulit menembus dominasi perbankan konvensional, padahal mayoritas masyarakat Indonesia adalah muslim. Hal ini disebabkan perkembangan sektor perbankan tidak terlepas dari perilaku konsumen dalam menentukan pilihannya dalam menggunakan jasa bank, pilihan akan menggunakan jasa bank syariah atau jasa bank konvensional yang telah dulu memainkan perannya di industri perbankan Indonesia.¹

Sebagai negara dengan kuantitas penduduk muslim yang terbesar di dunia, institusi bank di Indonesia ditantang untuk dapat mengoperasional sistem bank yang berbasiskan kepada syariah Islam. Meskipun agak terlambat, setelah beberapa dekade “dilambangkan” oleh kaum ulama dan pemerintah tentang persoalan halal dan haramnya bunga dalam perbankan, tahun 1992 dikeluarkan Undang-Undang No. 7 tahun 1992 tentang Perbankan yang menjadi tonggak legalitas diadopsinya perbankan syariah dalam sistem perbankan di Indonesia. Peraturan ini kemudian diperbaiki dengan Undang-Undang No. 10 tahun 1998, lalu Undang-Undang No. 23 tahun 1999, dan terakhir dengan Undang-Undang No. 3 tahun 2004 tentang Bank Indonesia. Sampai saat ini, perkembangan perbankan syariah sangat pesat baik dari jumlah usaha, kantor, penghimpunan

¹Junaidi, “Persepsi Masyarakat Untuk Memilih dan Tidak Memilih Bank Syariah (Studi Kota Palopo)”, *Jurnal Fokus Bisnis*. Volume 14, No. 02 (bulan Desember 2015).

dan pembiayaan, maupun ragam produknya. Namun, jangkauannya baru sebatas kota-kota besar, sehingga potensi dan peluangnya masih sangat besar.²

Industri perbankan syariah telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Dengan diterbitkannya Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah tertanggal 16 Juli 2008, pengembangan industri perbankan syariah nasional semakin memiliki landasan hukum yang memadai dan akan mendorong pertumbuhannya secara lebih cepat lagi. Perkembangan bank syariah mengalami peningkatan, dengan rata-rata pertumbuhan aset lebih dari 65% per-tahun dalam lima tahun terakhir. Dengan demikian, peran industri perbankan syariah dalam mendukung perekonomian nasional semakin signifikan.³

Industri perbankan yang pertama menggunakan sistem syariah adalah PT Bank Muamalat Indonesia tbk yang didirikan pada tahun 1991 dan memulai operasionalnya pada bulan Mei 1992. Pendirian bank dimaksud, diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), Pemerintah Indonesia serta mendapat dukungan nyata dari eksponen Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha muslim. Selain itu, pendirian Bank Muamalat juga mendapat dukungan dari masyarakat Indonesia yang dibuktikan dengan komitmen pembelian saham Perseroan senilai Rp. 84 Miliar pada saat penandatanganan akta pendirian Perseroan. Selanjutnya, pada acara silaturahmi peringatan pendirian bank tersebut di Istana Bogor, diperoleh tambahan komitmen dari warga masyarakat Jawa Barat yang turut menanam modal senilai Rp. 106 Miliar.⁴

²Direktorat Perbankan Syariah, “Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di Wilayah Sumatera Selatan”, *Ringkasan Eksekutif*. Kerjasama Bank Indonesia dengan Institut Pertanian Bogor, 2004.

³Hasan, “Analisis Industri Perbankan Syari’ah di Indonesia”, *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*. Vol. 1, No.1 (Juli 2011).

⁴Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), h. 10.

Kehadiran bank syariah di tengah-tengah perbankan konvensional untuk menawarkan sistem perbankan alternatif bagi umat Islam yang membutuhkan atau ingin memperoleh layanan jasa perbankan tanpa harus melanggar larangan riba. Sebagaimana disinyalir oleh para ekonom muslim, ada dua alasan utama mengenai latar belakang berdirinya bank syariah, yaitu: (1) adanya pandangan bahwa bunga (*interest*) pada bank konvensional itu hukumnya haram karena termasuk dalam kategori riba yang dilarang dalam agama, bukan saja pada agama Islam tetapi juga oleh agama samawi lainnya; (2) dari aspek ekonomi, penyerahan resiko usaha terhadap salah satu pihak dinilai melanggar norma keadilan dan dapat menimbulkan rasa mementingkan diri sendiri (*selfishness*). Dalam jangka panjang sistem perbankan konvensional akan menyebabkan penumpukan kekayaan pada segelintir orang yang memiliki kapital besar.⁵

Bank syariah sebagai sebuah lembaga keuangan mempunyai mekanisme dasar, yaitu menerima deposito dari pemilik modal (depositor) mempunyai kewajiban (*liability*) untuk menawarkan pembiayaan kepada investor pada sisi asetnya, dengan pola atau skema pembiayaan yang sesuai dengan syariat Islam. Pada sisi kewajiban, terdapat dua kategori utama, yaitu *interest-free current and saving accounts* dan *investment accounts* yang berdasarkan pada prinsip *Profit and Loss Sharing* antara pihak bank dengan pihak depositor. Sedangkan pada sisi aset, yang termasuk di dalamnya adalah segala bentuk pola pembiayaan yang bebas riba dan sesuai prinsip atau standar syariah, seperti *mudharabah*, *musyarakah*, *istisna*, *salam*, dan lain-lain.⁶

Garis besarnya, para ulama terbagi menjadi tiga bagian (tiga golongan) dalam menghadapi masalah bunga bank, yaitu kelompok yang mengharamkan,

⁵Anita Rahmawaty, "Pengaruh Persepsi Tentang Bank Syari'ah terhadap Minat Menggunakan Produk di BNI Syari'ah Semarang", *ADDIN*. Vol. 8, No. 1, (Februari 2014).

⁶Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, h. 1.

kelompok yang menganggap *syubhat* (samar) dan kelompok yang menganggap halal (boleh).⁷ Dalam kehidupan modern seperti sekarang ini, umat Islam hampir tidak dapat menghindari diri dari bermuamalah dengan bank konvensional, yang memakai sistem bunga dalam segala aspek kehidupannya, termasuk kehidupan agamanya. Misalnya, ibadah haji di Indonesia, umat Islam harus memakai jasa bank.⁸

Semenjak tahun 1992, mulai beroperasi yang dikenal dengan *dual banking system* di Indonesia. Perbankan konvensional yang menerapkan bunga berjalan berdampingan dengan perbankan syariah yang mendasarkan kepada sistem bagi hasil. Struktur kebijakan seperti ini merupakan opsi yang realistis, karena saat ini “struktur berpikir” di tengah masyarakat juga demikian. Sebagian masyarakat tetap menerima bunga, sebagian menerima sistem bagi hasil dengan tetap menerima bunga, dan sebagian lagi menolak bunga. Sikap yang mencampurkan berbagai paradigma ini, memberi nuansa yang cukup menarik sebagai gambaran tentang pengetahuan, sikap, persepsi, serta perilaku masyarakat dalam menyikapi kebijakan *dual banking system* tersebut.

Apabila mengamati dunia perbankan saat ini, bukan hanya Bank Muamalah sebagai perbankan yang menerapkan prinsip syariah, melainkan bank-bank pemerintah dan bank swasta pun telah menyiapkan satu bagian atau unit tersendiri untuk melayani keinginan warga masyarakat untuk menjadi nasabahnya dengan sistem syariah. Hal ini didasari oleh keinginan warga masyarakat yang ingin menggunakan jasa bank pemerintah dan swasta, tetapi tidak ingin terlibat dalam penerapan sistem bunga.

⁷Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Rajawali Pres, 2010), h. 276-277.

⁸Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah* (Bandung: Pustaka Setia, 2006), h. 274.

Bank syariah harus tanggap dan berupaya untuk memenuhi kebutuhan para nasabahnya melalui pelayanan yang prima agar mampu bersaing dengan baik. Hal tersebut dikarenakan pada dasarnya kualitas pelayanan merupakan salah satu kunci penting untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan suatu bank. Banyak hal yang dipersiapkan oleh bank syariah untuk menjadikan mereka menjadi pilihan yang akhirnya dipercaya oleh para nasabahnya. Semakin banyak alternatif yang ada, semakin besar pula tuntutan nasabah terhadap pemberian pelayanan yang bermutu tinggi dengan pendekatan yang baik dan benar. Nasabah akan lebih suka berhubungan dengan bank yang memberikan nilai-nilai yang selama ini mereka harapkan. Dengan kata lain yang mereka harapkan sesuai dengan yang mereka dapatkan, sehingga terciptalah kepuasan nasabah sebagai konsumen (*customer satisfaction*).

Masyarakat adalah salah satu elemen terpenting dalam dunia bank, hal ini dikarenakan masyarakatlah yang akan menjadi nasabah bagi bank syariah di mana pun itu. Oleh karena itu, mengetahui pengetahuan dan sikap masyarakat terhadap bank syariah menjadi salah satu jalan dalam mendorong kemajuan bank syariah dan sekaligus sebagai bahan pertimbangan bagi praktisi perbankan syariah dalam mengambil kebijakan untuk mengembangkan perbankan syariah di masa yang akan datang.

Tidak bisa dipungkiri bahwa aparat sipil negara merupakan tulang punggung pemerintahan dalam menyelenggarakan pemerintahan dan pembangunan untuk mencapai tujuan nasional seperti yang telah diamanatkan dalam pembukaan UUD 1945, yaitu melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia dan untuk memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa dan ikut melaksanakan ketertiban dunia yang

berdasarkan kehidupan bangsa dan ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan sosial.⁹

Mengingat bahwa masyarakat di Kota Makassar yang mayoritas beragama Islam, maka hal ini akan berimplikasi terhadap perkembangan perbankan syariah dengan dukungan dari umat Islam itu sendiri. Pertumbuhan perbankan syariah sampai saat ini, khususnya bank syariah yang ada di Kota Makassar semakin meningkat terlihat perkembangan jumlah bank syariah di Kota Makassar dari tahun ke tahun semakin bertambah.

Sebagai unsur aparatur abdi negara dan abdi masyarakat, yang penuh kesetiaan dan ketaatan kepada pancasila, UUD 1945, negara dan pemerintahan melaksanakan tugas pemerintahan dan pembangunan tentu saja mempunyai hak-hak dalam melaksanakan tugas. Hak paling dekat dan dibutuhkan oleh aparatur sipil negara ialah memperoleh gaji yang layak sesuai dengan pekerjaan dan tanggung jawabnya, mendapatkan cuti sesuai dengan peraturan yang berlaku, memperoleh perawatan jika ditimpa sesuatu kecelakaan dalam menjalankan kewajiban, memperoleh tunjangan jika menderita cacat jasmani atau cacat rohani dalam menjalankan tugas kewajibannya yang menyebabkan tidak dapat bekerja lagi, keluarganya memperoleh uang duka jika pegawai negeri itu tewas, berhak atas pensiun jika telah memenuhi syarat-syarat yang ditentukan.¹⁰

Persepsi aparatur sipil negara terhadap bank syariah cukup beragam, baik mengenai bunga bank, sistem bagi hasil, jual beli dan sewa, demikian juga dengan pengetahuan dan sikap aparatur sipil negara Kota Makassar terhadap bank syariah, berbagai pengetahuan dan sikap yang muncul dengan berbagai alasan. Oleh karena itu, perkembangan bank syariah perlu mendapatkan perhatian

⁹Djoko Prakoso, *Tindak Pidana Pegawai Negeri Sipil di Indonesia* (Jakarta: Sinar Grafika, 1996), h. 2.

¹⁰Djoko Prakoso, *Tindak Pidana Pegawai Negeri Sipil di Indonesia*, h. 38.

dari seluruh pihak terkait, baik dari pihak akademisi maupun dari pihak praktisi demi pengembangan bank syariah di masa yang akan datang. Karena selama ini bank syariah merupakan *icon* sebagai kemajuan perekonomian syariah, jika bank syariah maju dan berkembang maka secara otomatis bank syariah akan menumbulkan kepercayaan masyarakat.

Struktur pengetahuan dan sikap aparatur sipil negara yang sudah terbangun sekian lama tersebut, tentu saja tidak mudah untuk diarahkan kepada hanya perbankan yang berazaskan syariah Islam. Dengan alasan itu, penelitian ini dirasa penting untuk mengungkapkan struktur persepsi aparatur sipil negara saat ini, serta faktor-faktor yang menimbulkan persepsi untuk diubah agar lebih menerima bank syariah.

Sikap masyarakat terhadap bunga dan bagi hasil sangat beragam, sebagian masyarakat tetap menerima bunga, sebagian menerima sistem bagi hasil dengan tetap menerima bunga, dan sebagian lagi menolak bunga sehingga dari berbagai sikap ini memberikan nuansa yang cukup menarik sebagai gambaran tentang persepsi aparatur sipil negara dalam menyikapi perbankan syariah. Di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan ini aparatur sipil negara melihat fenomena ini terjadi sesuai dengan prinsip syariah atau sebatas argumen saja karena tentunya para pegawai ASN sudah tidak asing lagi dengan keberadaan bank syariah tetapi melalui observasi yang peneliti lakukan secara tidak langsung dengan salah satu pegawai, pegawai tersebut kebetulan sama sekali tidak menggunakan jasa bank syariah dengan alasan beranggapan sama saja antara perbankan syariah dengan konvensional.

Dengan demikian penulis tertarik untuk membahas permasalahan tersebut dari uraian di atas untuk pembahasan yang lebih jelas akan dibahas dalam uraian berikutnya dan hasil dari penelitian ini dituangkan dalam bentuk tesis yang

berjudul “Persepsi Aparatur Sipil Negara terhadap Penggunaan Jasa Bank Syariah (Studi Pegawai Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan)”.

B. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus

1. Fokus Penelitian

Penelitian ini, fokus pada pengetahuan dan sikap aparatur sipil negara Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan terhadap penggunaan pada jasa bank syariah. Ada dua hal yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

- a. Adanya penetapan pada pengetahuan aparat sipil negara yang ditempatkan penelitian ini pada khusus pegawai pengguna jasa bank syariah di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan.
- b. Penetapan fokus penelitian pada pengetahuan dan sikap aparat sipil negara khususnya pengguna jasa bank syariah. Hal tersebut dimaksudkan untuk membatasi ruang lingkup penelitian. Sehingga, memperoleh sebuah jawaban melalui hasil penelitian dari informan di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan.

Penelitian yang memfokuskan pada persepsi memilih menggunakan jasa bank syariah dengan dimensi persepsi yang dimaksud berdasarkan beberapa pengertian dari persepsi adalah melahirkan dua dimensi yakni dimensi pengetahuan dan dimensi sikap seseorang namun demikian peneliti membatasinya pada ruang lingkup wilayah pegawai pengguna jasa bank syariah di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan.

2. Deskripsi Fokus

Deskripsi fokus penelitian merupakan konsentrasi pada tujuan yang hendak dicapai dari hasil penelitian. Sebagai gambaran hasil penelitian adalah

memperoleh kesimpulan bahwa pengetahuan seseorang akan memiliki pengaruh terhadap sikap dalam menentukan suatu pilihan, itulah yang dimaksud dengan persepsi dengan dimensi, yaitu pertama, pengetahuan adalah hasil dari tahu dan terbentuk setelah seseorang melakukan pengeinderaan terhadap suatu obyek tertentu diperoleh dari pengalaman yang berasal dari berbagai macam sumber seperti, media poster, kerabat dekat, media massa, media elektronik, buku petunjuk dan sebagainya. Kedua, Sikap merupakan reaksi atau respon yang masih tertutup dari seseorang terhadap suatu stimulus atau objek manifestasi sikap itu tidak dapat dilihat tetapi hanya dapat ditafsirkan terlebih dahulu dari perilaku yang tertutup. Sikap secara nyata menunjukkan konotasi adanya kesesuaian reaksi terhadap stimulus tertentu yang dalam kehidupan sehari-hari merupakan reaksi yang bersifat emosional terhadap stimulus sosial. Bahwasanya, dengan fokus pengetahuan dan sikap, maka hasil penelitian nanti akan memperoleh persepsi aparatur sipil negara dalam memilih menggunakan jasa bank syariah.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian yang telah dipaparkan, maka pokok masalah pada tesis ini adalah bagaimana persepsi aparatur sipil negara memilih menggunakan jasa bank syariah pada pegawai di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan?, sehubungan dengan pokok masalah tersebut maka dapat dikembangkan sub masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana alasan yang membentuk pengetahuan dan sikap aparatur sipil negara memilih menggunakan jasa bank syariah di kantor wilayah kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan?
2. Bagaimana faktor-faktor yang membentuk pengetahuan dan sikap aparatur sipil negara memilih menggunakan jasa bank syariah di kantor wilayah kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan?

D. *Kajian Penelitian Terdahulu*

Kajian pustaka ini untuk mengetahui keterkaitan antara fokus dan obyek penelitian tentang persepsi aparatur sipil negara terhadap pengguna jasa bank syariah di Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan. Dengan menggunakan dimensi pengetahuan dan sikap aparatur sipil negara. Sebagai perbandingan dan kaitannya dengan penelitian ini, berikut beberapa hasil penelitian ilmiah terdahulu, di antaranya:

Dian Ariani. 2007. Tesis Pascasarjana Universitas Sumatera Utara, dengan judul: “Persepsi Masyarakat Umum terhadap Bank Syariah di Medan”. Pada tesis tersebut disimpulkan bahwa: terdapat hubungan yang signifikan dan positif antara variabel pendidikan, usia dan pelayanan dengan masyarakat umum terhadap Bank Syariah di Medan. Bahwa variabel pelayanan merupakan variabel utama yang memberikan kontribusi paling besar dalam hubungannya dengan hasil masyarakat umum terhadap Bank Syariah di Medan. Persamaan dengan penelitian yang dilakukan bahwa sama-sama mengkaji tentang kepersepsian terhadap bank syariah, sedangkan perbedaannya terletak pada wilayah kajiannya. Kajian yang akan diteliti tentang penggunaan jasa bank syariah.¹¹

Anita Rahmawaty, Jurnal ADDIN Vol. 8. No. 1 Februari 2014 dengan Judul, “Pengaruh Persepsi tentang Bank Syari’ah terhadap Minat Menggunakan Produk di BNI Syariah Semarang”. Hasil penelitian ini menyimpulkan pertama, persepsi tentang bunga bank berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah. Kedua, persepsi tentang sistem bagi hasil berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah. Ketiga, persepsi tentang produk Bank Syariah tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan produk Bank syariah. Persamaan

¹¹Dian Ariani, “Persepsi Masyarakat Umum terhadap Bank Syariah di Medan”, *Tesis*, Pascasarjana Universitas Sumatera Utara, 2007.

dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu kajian kepersepsian dan perbedaannya terletak pada minat penggunaan produk bank syariah.¹²

Suparno. *Jurnal Telaah & Riset Akuntansi* Vol. 2, No. 1. Januari 2009 dengan Judul “Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala terhadap Perbankan Syariah sebagai Lembaga Keuangan Syariah”. Hasil penelitian tersebut disimpulkan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala mempersepsikan positif perbankan syariah sebagai lembaga keuangan syariah. Persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah kajian persepsi tetapi berbeda pada fokus penelitian yang menfokuskan kepada penggunaan jasa bank syariah.¹³

Harviz Akbar dan Haroni Doli H. Ritonga. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 1, No. 2, Januari 2013. Dengan Judul “Persepsi Etnis China terhadap Perbankan Syariah di Kota Medan”. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa hasil regresi menunjukkan bahwa pekerjaan, pelayanan, promosi dan bukti fisik mempengaruhi persepsi etnis Cina terhadap perbankan syariah di Kota Medan dengan signifikasi pada alpa 5%. Berdasarkan pernyataan terhadap variabel persepsi terlihat bahwa masyarakat etnis Cina tidak mengetahui seluk beluk perbankan syariah sehingga menghasilkan persepsi yang kurang memuaskan terhadap perbankan syariah untuk itu diperlukan peningkatan seminar-seminar mengenai produk-produk, prinsip dan mekanisme kerja bank Syariah. Masyarakat etnis Cina sangat berpengaruh terhadap perkembangan bisnis di kota Medan untuk itu diperlukan promosi dan bukti fisik akan bank Syariah sehingga menarik minat mereka untuk melakukan transaksi. Hal ini amat

¹²Anita Rahmawaty, “Pengaruh Persepsi tentang Bank Syari’ah terhadap Minat Menggunakan Produk di BNI Syariah Semarang”, *Jurnal ADDIN*. Vol. 8. No. 1 (Februari 2014).

¹³Suparno, “Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala terhadap Perbankan Syariah sebagai Lembaga Keuangan Syariah”, *Jurnal Telaah & Riset Akuntansi*. Vol. 2, No. 1. (Januari 2009).

dirasakan kurang pada saat ini karena berdasarkan penelitian yang dilakukan promosi dan bukti fisik bank syariah di Medan yang telah ada kurang cukup memuaskan bagi masyarakat etnis Cina. Pihak terkait juga harus dapat menunjukkan keunggulan-keunggulan yang dimiliki bank syariah yang selama ini kurang dipahami oleh masyarakat etnis Cina sehingga kurang menarik minat mereka untuk melakukan transaksi.¹⁴

Amir Mu'allim Jurnal Al-Mawarid Edisi X Tahun 2003 dengan judul "Persepsi Masyarakat terhadap Lembaga Keuangan Syariah". Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk menciptakan lembaga keuangan syaria'h yang ideal masih perlu kerja keras dari seluruh umat Islam, terutama para praktisi dan pemikir ilmuwan muslim. *Virus asymmetric information problem, diverse collection, moral hazard* dapat dieliminasi dengan sistem kesungguhan dan ketakwaan, sehingga *reward* dan *punishment* menjadi senjata diri dalam berwirausaha.¹⁵

Kajian penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilaksanakan memiliki persamaan dan perbedaan. Persamaan terletak pada kajian yang diteliti tentang persepsi terhadap memilih dan menggunakan jasa bank syariah, sedangkan dari segi perbedaannya terletak pada analisisnya yaitu pada penelitian terdahulu dilakukan dengan analisis kuantitatif sedangkan pada penelitian yang dilakukan dengan analisis kualitatif.

¹⁴Harviz Akbar dan Haroni Doli H. Ritonga, "Persepsi Etnis China terhadap Perbankan Syariah di Kota Medan", *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 1, No. 2, (Januari 2013).

¹⁵Amir Mu'allim, "Persepsi Masyarakat terhadap Lembaga Keuangan Syariah", *Jurnal Al-Mawarid* Edisi X (Tahun 2003).

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini secara umum adalah untuk mengetahui dan menganalisis persepsi aparatur sipil negara memilih menggunakan jasa bank syariah pada pegawai di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan terhadap penggunaan jasa bank syariah. Sedangkan Tujuan Khususnya yang hendak dicapai pada penelitian ini, yakni:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis alasan yang membentuk pengetahuan dan sikap aparatur sipil negara memilih menggunakan jasa bank syariah pada pegawai di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis faktor yang membentuk pengetahuan dan sikap aparatur sipil negara memilih menggunakan jasa bank syariah pada pegawai di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan.

2. Kegunaan Penelitian

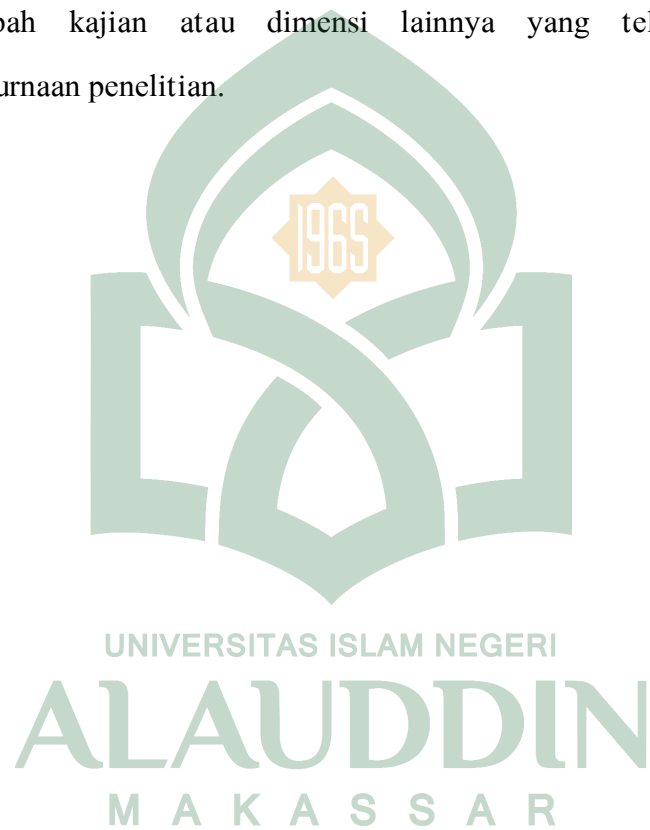
- a. Kegunaan teoretis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran terhadap penyempurnaan teori kepersepsian, akan mengetahui berbagai persepsi terhadap penggunaan jasa bank syariah dan menjelaskan teori *kemaslahatan*, dengan penggunaan jasa bank syariah akan diketahui nilai-nilai *kemaslahatan* yang ditimbulkan bagi pengguna jasa bank syariah tersebut serta mengkaji pengetahuan dan sikap yang melahirkan persepsi memilih jasa bank syariah.

- b. Kegunaan Praktis

Penelitian ini akan memberikan beberapa kegunaan praktis terhadap beberapa kalangan:

- 1) Pihak perbankan akan mendapatkan informasi dan kajian akademik berkaitan dengan persepsi aparat sipil negara terhadap bank syariah.
- 2) Pihak Kementerian Agama atau pemerintahan akan menjadikan sebagai rujukan dalam rangka merangsang perbankan syariah di dalam melakukan upaya pemberdayaan.
- 3) Peneliti selanjutnya untuk meneliti penelitian yang sama dengan menambah kajian atau dimensi lainnya yang telah ada demi kesempurnaan penelitian.



BAB II

TINJAUAN TEORETIS

A. *Teori Kepersepsian*

Di dalam Kamus Psikologi persepsi diartikan sebagai proses pengamatan seseorang terhadap segala sesuatu di lingkungannya dengan menggunakan indera yang dimilikinya, sehingga menjadi sadar terhadap segala sesuatu yang ada di lingkungan tersebut.¹⁶ Persepsi memiliki pengertian berupa proses penginderaan dan penafsiran rangsangan suatu objek atau peristiwa yang diinformasikan sehingga seseorang dapat memandang, mengartikan dan menginterpretasikan rangsangan yang diterima sesuai dengan keadaan dirinya dan lingkungan di mana berada sehingga ia dapat menentukan.

Sebagaimana Menurut Muchtar¹⁷ bahwa persepsi merupakan proses interpretasi seseorang terhadap rangsangan yang berasal dari lingkungannya sehingga dapat menentukan tindakan. Senada dengan pandangan Budiman dkk.¹⁸ bahwa persepsi bukan merupakan faktor yang mempengaruhi partisipasi masyarakat. Pandangan Sunaryo¹⁹ bahwa pada dasarnya dalam melakukan suatu kegiatan tertentu, individu sangat dipengaruhi oleh kondisi dari individu tersebut sebagai subjek yang melakukan kegiatan. Kondisi tersebut terdiri dari kondisi fisiologis (keadaan fisik, panca indera, kesehatan) dan kondisi psikologis, di

¹⁶Hermawan Y, "Hubungan antara tingkat pendidikan dan persepsi dengan perilaku ibu rumah tangga dalam pemeliharaan kebersihan lingkungan", *Bumi Lestari Journal of Environment* 5 (2):1-16.

¹⁷Muchtar T, "Hubungan karakteristik elit formal dan elit informal desa dengan persepsi dan tingkat partisipasi mereka dalam program P3DT di Kabupaten Sukabumi. *Tesis*. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor. 1998.

¹⁸Budiman RA, Saam Z, Thamrin, "Partisipasi dan persepsi masyarakat dalam upaya menjaga mengelola lingkungan hidup dan mempertahankan predikat kota bersih". *Jurnal Ilmu Lingkungan*. 2013.

¹⁹Sunaryo, *Psikologi untuk Keperawatan*. Ester M, editor. (Jakarta (ID): Penerbit Buku Kedokteran EGC), 2004.

mana persepsi memainkan peranan penting dalam menentukan kondisi psikologis.

Jalaluddin Rahmat memaknai bahwa persepsi merupakan pengalaman tentang obyek, peristiwa, pengalaman atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan”²⁰. Persepsi menurut Abdul Rachman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab adalah “Proses yang menggabungkan dan mengorganisasikan data-data indera seseorang (penginderaan) untuk dikembangkan sedemikian rupa sehingga dapat menyadari di sekelilingnya termasuk sadar akan dirinya sendiri.

Definisi lain menyebutkan bahwa persepsi adalah kemampuan membedakan, mengelompokkan, memfokuskan perhatian terhadap satu objek rangsang, dalam proses pengelompokkan dan membedakan ini persepsi melibatkan interpretasi berdasarkan pengalaman terhadap satu peristiwa atau objek”²¹ Teori persepsi menganggap bahwa orang-orang mengembangkan sikap berdasarkan pengamatan dan interpretasi perilaku mereka sendiri.

Teori ini juga mengusulkan fakta bahwa sikap tidak menentukan perilaku, tetapi sikap itu dibentuk setelah perilaku terjadi guna menawarkan sikap yang konsisten dengan perilaku. Persepsi juga didefinisikan sebagai proses kognitif di mana seseorang individu memberikan arti pada lingkungan dengan merasionalkan stimulus lingkungan dengan pengamatan, pemilihan, dan penerjemahan.²²

²⁰Jalaluddin Rahmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosada Karya, 2000), h. 51.

²¹Abdul Rachman Shaleh, Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Kencana, 2004), h. 88-89.

²²Ivancevich, John .M, et al. *Perilaku dan Manajemen Organisasi* (Jakarta: Erlangga, 2006), h. 116.

Melalui persepsi seseorang berusaha untuk merasionalisasi lingkungan dan keadaan sekitarnya didasarkan pada pengalaman masa lalu. Kebutuhan dan keinginan secara signifikan memengaruhi persepsi seseorang. Stephan dan Stephan yang dikutip Setiawan dan Gozali mendefinisikan sikap sebagai bentuk pernyataan suka atau tidak suka yang dapat merupakan daya tarik atau keengganan menghadapi situasi, orang, kelompok, atau komponen yang dapat diidentifikasi dalam suatu lingkungan termasuk ide yang abstrak atau sosial politik.²³

Terdapat tiga komponen tentang sikap dari para ahli psikologi modern jika dilihat dari pendekatan *tri component* yang merupakan interaksi antara komponen-komponen pembentuk sikap. Komponen tersebut adalah:

1. Kognitif yaitu meliputi kepercayaan (*beliefs*), ide, dan konsep;
2. Afektif yaitu arah dan intensitas penilaian seseorang atau perasaan yang diekspresikan terhadap objek sikap yang meliputi perasaan dan emosi;
3. Konatif yaitu psikomotori yang merupakan kecenderungan untuk bertindak laku terhadap objek atau orang.²⁴

Faktor-faktor yang memengaruhi persepsi seseorang adalah sebagai berikut:

1. Faktor internal: perasaan, sikap dan kepribadian individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian (fokus), proses belajar, keadaan fisik, gangguan kejiwaan, nilai dan kebutuhan juga minat, dan motivasi.
2. Faktor eksternal: latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, keberlawanan,

²³Ivan Aries Setiawan dan Imam Gozali, *Akuntansi Keprilakuan: Konsep dan Kajian Empiris Perilaku Akuntansi* (Penerbit: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang,

²⁴Verra Rizki Amelia, "Persepsi Masyarakat Nanggroe Aceh Darussalam terhadap JasaPerbankan Syariah(Studi Pada Wilayah Lhokseumawe)", *ARTIKEL ILMIAH*. (2014).

pengulangan gerak, hal-hal baru dan familiar atau ketidakasingan suatu objek.²⁵

Faktor-faktor yang berperan dalam persepsi dapat dikemukakan beberapa faktor, yaitu:

1. Objek yang dipersepsi

Objek menimbulkan stimulus yang mengenai alat indera atau reseptor. Stimulus dapat datang dari luar individu yang mempersepsi, tetapi juga dapat datang dari dalam diri individu yang bersangkutan yang langsung mengenai syaraf penerima yang bekerja sebagai reseptor.

2. Alat indera, syaraf dan susunan syaraf

Alat indera atau reseptor merupakan alat untuk menerima stimulus, di samping itu juga harus ada syaraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus yang diterima reseptor ke pusat susunan syaraf, yaitu otak sebagai pusat kesadaran. Sebagai alat untuk mengadakan respon diperlukan motoris yang dapat membentuk persepsi seseorang.

3. Perhatian

Untuk menyadari atau dalam mengadakan persepsi diperlukan adanya perhatian, yaitu merupakan langkah utama sebagai suatu persiapan dalam rangka mengadakan persepsi. Perhatian merupakan pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktivitas individu yang ditujukan kepada sesuatu sekumpulan objek.²⁶

Faktor-faktor tersebut menjadikan persepsi individu berbeda satu sama lain dan akan berpengaruh pada individu dalam mempersepsi suatu objek, stimulus, meskipun objek tersebut benar-benar sama. Persepsi seseorang atau kelompok dapat jauh berbeda dengan persepsi orang atau kelompok lain

²⁵Miftah Thoha, *Kepemimpinan Dalam Manajemen* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), h. 154.

²⁶Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum* (Yogyakarta: Andi, 2004), h. 70.

sekalipun situasinya sama. Perbedaan persepsi dapat ditelusuri pada adanya perbedaan-perbedaan individu, perbedaan-perbedaan dalam kepribadian, perbedaan dalam sikap atau perbedaan dalam motivasi. Pada dasarnya proses terbentuknya persepsi ini terjadi dalam diri seseorang, namun persepsi juga dipengaruhi oleh pengalaman, proses belajar, dan pengetahuannya.

Proses terbentuknya persepsi didasari pada beberapa tahapan, yaitu:

1. Stimulus atau Rangsangan

Terjadinya persepsi diawali ketika seseorang dihadapkan pada suatu stimulus/rangsangan yang hadir dari lingkungannya.

2. Registrasi

Dalam proses registrasi, suatu gejala yang nampak adalah mekanisme fisik yang berupa penginderaan dan syarat seseorang berpengaruh melalui alat indera yang dimilikinya. Seseorang dapat mendengarkan atau melihat informasi yang terkirim kepadanya, kemudian mendaftarkan semua informasi yang terkirim kepadanya tersebut.

3. Interpretasi

Interpretasi merupakan suatu aspek kognitif dari persepsi yang sangat penting yaitu proses memberikan arti kepada stimulus yang diterimanya. Proses interpretasi tersebut bergantung pada cara pendalaman, motivasi, dan kepribadian seseorang.²⁷

Terbentuknya persepsi melalui suatu proses, secara alur proses persepsi berawal dari objek yang menimbulkan rangsangan dan rangsangan tersebut mengenai alat indra atau reseptor. Proses ini dinamakan proses kealaman (fisik). Kemudian rangsangan yang diterima oleh alat indra dilanjutkan oleh syaraf sensoris ke otak. Proses ini dinamakan proses fisiologis. Selanjutnya terjadilah

²⁷Miftah Thoha, *Kepemimpinan Dalam Manajemen*, h. 145.

suatu proses di otak, sehingga individu dapat menyadari apa yang ia terima dengan reseptor itu, sebagai suatu rangsangan yang diterimanya. Proses yang terjadi dalam otak/pusat kesadaran itulah dinamakan dengan proses psikologis. Dengan demikian taraf terakhir dari proses persepsi ialah individu menyadari tentang apa yang diterima melalui alat indra (reseptor).

B. *Teori Kemaslahatan*

Secara etimologi kata *maslahah*, jamaknya *masalih* berarti sesuatu yang baik, yang bermanfaat, dan merupakan lawan dari keburukan dan kerusakan. *Maslahah* kadang-kadang disebut dengan istilah yang berarti mencari yang benar. Esensi *maslahah* adalah terciptanya kebaikan dan kesenangan dalam kehidupan manusia serta terhindar dari hal-hal yang dapat merusak kehidupan umum.²⁸

Ungkapan bahasa Arab menggunakan *maslahah* dalam arti manfaat atau perbuatan dan pekerjaan yang mendorong serta mendatangkan manfaat kepada manusia. Sedangkan dalam arti umum, *maslahah* diartikan sebagai segala sesuatu yang bermanfaat bagi manusia, baik dalam arti menarik atau menghasilkan, seperti menghasilkan keuntungan atau kesenangan, atau dalam arti menolak atau menghindarkan seperti menolak kemudaratun atau kerusakan. Jadi, setiap yang mengandung manfaat patut disebut maslahat meskipun manfaat yang dimaksud mengandung dua sisi, yaitu mendatangkan kebaikan dan menghindarkan bahaya atau kerusakan disisi lain.²⁹

Secara istilah, *maslahah* dapat didefinisikan dalam pandangan al-Buthi adalah manfaat yang ditetapkan *shari'* untuk para hambanya yang meliputi pemeliharaan agama, diri, akal, keturunan dan harta mereka sendiri sesuai dengan

²⁸Jamaluddin, "Teori Maslahat Dalam Perceraian: Studi Pasca Berlakunya UU No. 1 Tahun 1974 dan Kompilasi Hukum Islam", *Asy-Syir'ah: Jurnal Ilmu Syari'ah dan Hukum*. Vol. 46 No. II, (Juli-Desember 2012).

²⁹Amir Syarifuddin, *Ushul Fiqh, Jilid II* (Jakarta: Kencana, 2009), h. 345.

urutan tertentu. Selain itu al-Syaukani menguraikan *maslahah* lebih terperinci, karena menurut dia makna yang digunakan untuk mengistilahkan *maslahah* memiliki makna yang berbeda-beda. *Maslahah* adakalanya disebut *al-munasabah* karena untuk mendapatkan kepastian hukum dari permasalahan yang tidak ada dalilnya seseorang dapat melakukan *munasabah*, yaitu membandingkan dengan permasalahan *nas* al-Quran. Adakalanya *maslahah* disebut dengan *al-Halat*, karena mungkin juga manusia menduga-duga adanya kemanfaatan di balik suatu hukum. *Maslahah* disebut dengan *ri'ayah al-maqasid*. Karena dengan mewujudkan kemaslahatan berarti mewujudkan dan menjaga tujuan *shara'*, yaitu kemaslahatan umum. Lebih jelasnya ia berpendapat bahwa *maslahah* adalah sesuatu yang perlu untuk dilestarikan dan sejalan dengan keinginan manusia untuk menarik manfaat dan menolak bahaya. Kemudian al-Syatibi, salah satu Ulama Madzhab Maliki mengatakan bahwa *maslahah* adalah setiap prinsip *shara'* yang tidak disertai *nas* khusus, namun sesuai dengan tindakan *shara'* serta maknanya diambil dari dalil-dalil *shara'*. Makna prinsip tersebut adalah sah sebagai dasar hukum dan dapat dijadikan bahan rujukan sepanjang ia telah menjadi prinsip dan digunakan oleh *shara'* yang *qat'i*.³⁰

Dari beberapa definisi di atas, esensi dari *maslahah* yang dimaksudkan adalah sama, yaitu kemaslahatan yang menjadi tujuan syara' bukan kemaslahatan yang semata-mata berdasarkan keinginan dan hawa nafsu manusia saja. Sebab, disadari sepenuhnya bahwa tujuan persyarikatan hukum tidak lain adalah untuk merealisasikan kemaslahatan bagi manusia dalam segala segi dan aspek kehidupan di dunia dan terhindar dari berbagai bentuk yang bisa membawa kepada kerusakan, dengan kata lain setiap ketentuan hukum yang telah

³⁰Sakirman, "Urgensi *Maslahah* dalam Konsep Ekonomi Syariah", *PALITA: Journal of Social-Religi Research*, Vol. 1, No. 1, (April 2016), h.17-28.

digariskan oleh syari' adalah bertujuan untuk menciptakan *kemaslahatan* bagi manusia.³¹

Maslahah dipandang sebagai indikator dari *falah*. *Maslahah* adalah hasil dari suatu kegiatan atau aktivitas yang dapat menghadirkan berkah. Suatu kegiatan yang tidak menghasilkan berkah maka dapat disebut tidak *maslahah*. Sementara berkahnya dapat diperoleh jika kegiatan atau aktivitas yang bersangkutan dapat menghasilkan kebaikan, baik untuk dirinya sendiri maupun untuk orang lain. Indikator adanya kebaikan yaitu jika suatu perbuatan menghasilkan pahala atau tidak. Suatu kegiatan yang tidak menghasilkan pahala dan justru menghasilkan dosa dianggap memperoleh pahala negatif. Karenanya berkah yang diperoleh adalah berkah negatif. Kalau hal ini terjadi maka *maslahah* pun menjadi negatif sehingga justru menjadi *mafsadah* yang menjauhkan manusia tersebut dari tujuan hidup *falah*.³²

Bila ditinjau dari segi eksistensinya, maka para ulama membagi *Maslahah* kepada tiga macam, yaitu:

1. *Maslahah Mu'tabarah* adalah *maslahah* yang sabit dengan syara' sama ada dengan nas yang jelas, ijmak atau *qiyas*.
2. *Maslahah Mursalah* adalah sesuatu *maslahah* yang tidak berlawanan dengan nas syara'. Kaedah *qiyas* digunakan bagi menentukan kesahihan sesuatu hukum yang lahir darikaedah *maslahah mursalah*.
3. *Maslahah Mulghah* sesuatu *maslahah* yang tidak dibuktikan melalui nas syara'. Ia bertentangan dengan syara'.³³

³¹Romli, *Muqaranah Mazahib Fil Usul* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1999), h. 158.

³²Syaparuddin, "Formulasi Fungsi Masalah dalam Perilaku Konsumsi Rumah Tangga Muslim", *AT – TARADHI: Jurnal Studi Ekonomi*, Volume 6, Nomor 1, (Juni 2015), h.51-60.

³³Hasballah Thaib, *Tajdid, Reaktualisasi dan Elastisitas Hukum Islam* (Medan: Program Pascasarjana Universitas Sumatera Utara, 2002), h. 29-30.

Ukuran lebih konkrit dari *masalahah* ini dijelaskan oleh Imam Ghazali dalam *al-mustashfa*, Syatibi dalam *al-munafaqat*, dan ulama yang sekarang seperti Abu Zahrah dalam *al-'alaqah al-daulyah fi al-Islam*, dan Abdul Wahab Khalaf dalam *mashadir al-tasyri' fi ma la nashsha fih*, apabila disimpulkan maka persyaratan *kemaslahatan* tersebut adalah:

1. *Kemaslahatan* itu harus sesuai dengan *maqashid al-syari'ah*, semangat ajaran, dalil-dalil *kulli* dan dalil *qoth'i* baik *wurud* maupun *dalalah*-nya.
2. *Kemaslahatan* itu harus meyakinkan, artinya *kemaslahatan* itu berdasarkan penelitian yang cermat dan akurat sehingga tidak meragukan bahwa itu bisa mendatangkan manfaat dan menghindarkan *mudharat*.
3. *Kemaslahatan* itu membawa kemudahan dan bukan mendatangkan kesulitan yang di luar batas, dalam arti *kemaslahatan* itu bisa dilaksanakan.³⁴
4. *Kemaslahatan* itu memberi manfaat kepada sebagian besar masyarakat bukan kepada sebagian kecil masyarakat.

Paradigma *masalahah* dalam ekonomi syariah menjadi perlu sebagai bentuk *ikhtiyar* dalam menemukan sumbu *masalahah* yang selama ini terpendam oleh sistem yang masih bersifat materialistik. Selanjutnya, uraian paradigma *masalahah* dalam ekonomi syariah yang meliputi paradigma *masalahah* dalam produksi, paradigma *masalahah* dalam konsumsi dan paradigma *masalahah* dalam distribusi.

1. Paradigma *Maslahah* dalam Produksi

Produksi memiliki makna yang sama dengan eksplorasi yaitu pengerukan sumber daya alam melalui ilmu pengetahuan yang dikembangkan manusia. Islam

³⁴ Hengki Firmanda, "Syari'ah Card (Kartu Kredit Syariah) ditinjau dari Asas *Utilitas* dan *Maslahah*", *Jurnal Ilmu Hukum* Volume 4 No. 2 (Februari-Juli 2014).

memandang produksi sebagai sarana yang dapat mengantarkan kepada keluhuran moral manusia. Karena tujuan akhir tersebut diutamakan ketimbang kesenangan sementara, yakni kehidupan akhirat. Sehingga pemenuhan produksi lebih diartikan sebagai pemenuhan *saving* untuk kehidupan yang abadi.

Firman Allah swt. dalam QS al-Sajadah/32: 27,

أَوَلَمْ يَرَوْا أَنَّا نَسُوقُ الْمَاءَ إِلَى الْأَرْضِ الْجُرْزِ فَنُخْرِجُ بِهِ زَرْعًا تَأْكُلُ مِنْهُ أَنْعَامُهُمْ
وَأَنْفُسُهُمْ أَفَلَا يُبْصِرُونَ ﴿٢٧﴾

Terjemahnya:

Dan apakah mereka tidak memperhatikan, bahwasanya kami menghalau (awan yang mengandung) air ke bumi yang tandus, lalu kami tumbuhkan dengan air hujan itu tanaman yang daripadanya makan hewan ternak mereka dan mereka sendiri. Maka apakah mereka tidak memperhatikan.³⁵

Ayat tersebut menjelaskan tentang tanah yang berfungsi sebagai penyerap air hujan dan akhirnya tumbuh tanaman-tanaman yang terdiri dari beragam jenis. Tanaman itu dapat dimanfaatkan manusia sebagai faktor produksi alam, dari tanaman tersebut juga dikonsumsi oleh hewan ternak yang pada akhirnya juga hewan ternak tersebut diambil manfaatnya (diproduksi) dengan berbagai bentuk seperti diambil dagingnya, susunya dan lain sebagainya yang ada pada hewan ternak tersebut.

2. Paradigma *Maslahah* dalam Konsumsi

Konsumsi merupakan satu tali dengan produksi. Di mana diproduksi suatu barang disitulah kebutuhan konsumen tersedia. Islam sebagai panduan hidup telah menggariskan batas-batas konsumsi. Firman Allah swt. dalam QS al-Isra/17: 16,

وَإِذَا أَرَدْنَا أَنْ نُهْلِكَ قَرْيَةً أَمَرْنَا مُتْرَفِيهَا فَفَسَقُوا فِيهَا فَحَقَّ عَلَيْهَا الْقَوْلُ فَدَمَّرْنَاهَا
تَدْمِيرًا ﴿١٦﴾

³⁵Kementerian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya* (Solo: SYGMA, 2010), h. 417.

Terjemahnya:

Dan jika kami hendak membinasakan suatu negeri, Maka kami perintahkan kepada orang-orang yang hidup mewah di negeri itu (supaya mentaati Allah) tetapi mereka melakukan kedurhakaan dalam negeri itu, Maka sudah sepantasnya berlaku terhadapnya perkataan (ketentuan kami), Kemudian kami hancurkan negeri itu sehancur-hancurnya.³⁶

Konsumerisme sangat bertentangan dengan ajaran Islam. Hal ini dapat dipahami melalui bahwa produksi yang berlebih pasti merusak siklus alam. Semakin alam dieksploitasi, semakin rusak. Pastinya semakin merebak kesenjangan sosial. Pada kondisi sedemikian, menurut sahabat Mu'awiyah, kuncinya adalah pengaturan anggaran pendapatan dan belanja rumah tangga. Pengaturan belanja yang baik itu merupakan setengah usaha, dan dia dianggap sebagai setengah mata pencaharian. Karena Islam menganjurkan umatnya untuk bekerja dan berusaha dengan baik di satu sisi. Dan, di sisi lain, Islam juga memerintahkan agar harta yang dikeluarkannya untuk tujuan yang baik dan bermanfaat (baca; *maslahah*) sebagai jalan mencapai kemuliaan di sisi Allah swt.

3. Paradigma *Maslahah* dalam Distribusi

Setelah produksi dan konsumsi, selanjutnya mengenai persoalan yang terkait dengan distribusi. Distribusi dalam hal ini lebih kepada distribusi penguasaan hak kepemilikan individu, sosial dan negara. Dalam Islam, masing-masing mempunyai peran dan fungsinya. Sebagai individu, wajib atasnya mengenai pendistribusian harta yang dimilikinya. Harta bisa berbentuk saham atau aset yang lain yang dapat dikembangkan dalam kerangka keadilan ekonomi bagi masyarakat luas. Sebagai masyarakat, wajib atasnya memelihara aset bersama guna menguatkan tali kemanusiaan dan keseimbangan alam agar tidak dieksploitasi secara seporadis. Sebagai negara, wajib baginya membuat aturan yang tidak monopoli kelas sosial yang satu dengan kelas sosial yang lain

³⁶Kementerian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, h. 283.

sehingga tercipta suatu keseimbangan baik keseimbangan pasar modal atau keseimbangan yang bersifat non-ekonomi seperti budaya dan politik.

C. *Bank Syariah*

Istilah Syariah berasal dari bahasa Arab yang berarti “Jalan menuju sumber kehidupan”, yang secara hukum Islam diartikan sebagai hukum atau peraturan yang ditentukan Allah swt untuk hamba-Nya sebagaimana yang terkandung di dalam al-Qur’an dan diterangkan oleh Rasulullah Muhammad saw dalam bentuk sunnah (hadis).³⁷

Menurut Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Bank syariah secara umum adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah.³⁸ Bank Islam yaitu “bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam, yaitu bank yang tata cara beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan al-Quran dan Hadis”.

Bank Syariah adalah istilah yang dipakai di Indonesia untuk menyatakan suatu jenis bank yang dalam pelaksanaannya berdasarkan pada prinsip syariah. Namun, “Bank Islam” (*Islamic Bank*) adalah istilah yang digunakan secara luas di negara lain untuk menyebutkan bank dengan prinsip syariah, di samping ada istilah lain untuk menyebut bank Islam diantaranya *interest free bank*, *lariba bank*, dan *sharia bank*.

³⁷Widya Ningsih, dkk, *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia* (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2007), h. 4

³⁸M. Nur Rianto Ali Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: CV Alfabeta, 2011), h. 296.

Secara resmi, sebagaimana termuat dalam peraturan perundang-undangan Republik Indonesia, Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan dalam bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat³⁹

Secara teknis yuridis, harus dibedakan antara istilah Perbankan Syariah dengan Bank Syariah. Bank Syariah adalah bagian dari Perbankan Syariah selain dari Unit Usaha Syariah (UUS), sedangkan Bank Syariah terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Dalam Undang-Undang Perbankan Indonesia (Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998) membedakan bank berdasarkan kegiatan usahanya menjadi dua, yaitu bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah. Prinsip Syariah, adalah prinsip Hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang perbankan syariah.⁴⁰

Secara umum, ciri khusus dari bank syariah adalah dari sumber utama ketentuannya berasal dari hukum Islam. Dari segi sumber perolehan keuntungan, keuntungan yang diperoleh oleh bank syariah bukan berasal dari bunga yang dibebankan kepada nasabah, tetapi dari apa yang disebut sebagai imbalan, baik berupa jasa (*fee-base income*) maupun *mark-up* atau *profit margin*, serta bagi hasil (*loss and profit sharing*). Karakteristik khusus lainnya dari bank syariah selain dilibatkannya hukum Islam dan pembebasan transaksi berdasarkan bunga (*interest free*), adalah diperbolehkannya melakukan kegiatan-kegiatan usaha yang

³⁹Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah

⁴⁰Pasal 1 Angka 12 Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah

bersifat *multi-finance* dan perdagangan (*trading*). Hal ini berkenaan dengan sifat dasar transaksi bank syariah yang merupakan investasi dan jual-beli serta sangat beragamnya pelaksanaan pembiayaan yang dapat dilakukan.⁴¹

Bank Islam atau di Indonesia disebut bank syariah merupakan lembaga keuangan yang berfungsi menjalankan mekanisme ekonomi sektor riil melalui kegiatan investasi, jual beli, atau yang lainnya berdasarkan prinsip syariah yang bersifat makro dan mikro. Nilai-nilai makro yang dimaksud adalah keadilan, *masalahah*, sistem zakat, bebas dari bunga (*riba*), bebas dari kegiatan spekulatif yang non produktif seperti perjudian (*masyir*), bebas dari hal-hal yang tidak jelas dan meragukan (*gharar*), bebas dari hal-hal yang rusak atau tidak sah (*bathil*), dan penggunaan uang sebagai alat tukar. Sementara itu, nilai-nilai mikro yang dimaksud adalah sifat yang harus dimiliki pelaku perbankan syariah seperti yang dicontohkan oleh Rasulullah saw yaitu *shiddiq*, *amanah*, *tabligh*, dan *fathonah*.

Shiddiq (benar dan jujur), pelaku perbankan syariah senantiasa berperilaku benar dan jujur dalam sepanjang kegiatannya, jika pelaku perbankan syariah bersifat *shiddiq* haruslah menjiwai seluruh perilakunya dalam melakukan kegiatan perbankan, dalam berhubungan dengan pelanggan. *Amanah* (terpercaya, kredibel), artinya dapat dipercaya, bertanggung jawab, dan kredibel, juga bermakna keinginan untuk memenuhi sesuatu sesuai dengan ketentuan. Di antara nilai yang terkait dengan kejujuran dan melengkapinya adalah *amanah*. *Fathanah* (cerdas), dapat diartikan sebagai intelektual, kecerdikan atau kebijaksanaan. Pemimpin yang *fathanah* adalah pemimpin yang memahami, mengerti, dan menghayati secara mendalam segala hal yang menjadi tugas dan kewajibannya. Dalam berbisnis, implikasi ekonomi sifat *fathanah* adalah bahwa segala aktivitas dalam manajemen suatu perusahaan

⁴¹Adrian Sutedi, *Perbankan Syariah Tinjauan Dari Beberapa Segi Hukum* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), h.36

harus dengan kecerdasan, dengan mengoptimalkan semua potensi akal yang ada untuk mencapai tujuan. *Tabligh* (komunikatif), artinya komunikatif dan argumentatif dengan tutur kata yang tepat dan mudah dipahami. Dalam bisnis, haruslah menjadi seorang yang mampu mengomunikasikan visi dan misinya dengan benar kepada karyawan dan *stakeholder* lainnya. Juga menyampaikan keunggulan-keunggulan produknya dengan jujur dan tidak harus berbohong maupun menipu pelanggan.⁴²

Karakteristik fundamental bank syariah menurut Andri Soemitra dalam M. Nur Rianto Ali Arif yaitu:⁴³

- 1) Penghapusan riba.
- 2) Pelayanan kepada kepentingan publik dan merealisasikan sasaran sosio-ekonomi Islam.
- 3) Bank syariah bersifat universal yang merupakan gabungan dari bank komersial dan bank investasi.
- 4) Bank syariah akan melakukan evaluasi yang lebih berhati-hati terhadap permohonan pembiayaan yang berorientasi kepada penyertaan modal karena bank komersial syariah menerapkan *profit-loss sharing* dalam konsinyasi, ventura, bisnis, atau industri.
- 5) Bagi hasil cenderung mempererat hubungan antara bank syariah dan pengusaha.
- 6) Kerangka yang dibangun dalam membantu bank mengatasi likuiditasnya dengan memanfaatkan instrumen pasar uang antar bank syariah dan instrumen bank sentral berbasis syariah.

⁴²Hermawan Kartajaya dan M. Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: Mizan, 2006), h. 120-135.

⁴³M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, h. 297.

Selain itu agar kegiatan operasionalnya bank syariah sesuai dengan tuntunan Islam, maka dalam setiap bank syariah diangkat manajer dan pimpinan bank yang sedikit banyak mengetahui dan paham prinsip muamalah dalam Islam. Selain itu, dibentuk Dewan Pengawas Syariah yang bertugas mengawasi operasional bank dari sudut Islamnya.

Macam-macam Bank menurut Anjarningtyas,⁴⁴

a. Bank Syariah

- 1) Islam memandang harta yang dimiliki oleh manusia adalah titipan/amanah Allah swt sehingga cara memperoleh, mengelola, dan memanfaatkannya harus sesuai ajaran Islam.
- 2) Bank syariah mendorong nasabah untuk mengupayakan pengelolaan harta nasabah (simpanan) sesuai ajaran Islam.
- 3) Bank syariah menempatkan karakter/sikap baik nasabah maupun pengelolaan pada posisi yang sangat penting dan menempatkan sikap akhlakul karimah sebagai sikap dasar hubungan antara nasabah dan bank.
- 4) Adanya persamaan ikatan emosional yang kuat didasarkan prinsip keadilan, prinsip kesederajatan dan prinsip ketentraman antara pemegang saham, pengelola bank dan nasabah atas jalannya usaha bank syariah.
- 5) Prinsip bagi hasil
 - a) Penentuan besarnya resiko bagi hasil dibuat pada waktu akad dengan berpedoman pada kemungkinan untung dan rugi.
 - b) Besarnya nisbah bagi hasil meningkat sesuai dengan peningkatan jumlah pendapatan.

⁴⁴Riantika Anjarningtias, "Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Danamon Simpan Pinjam Indonesia, TBK Cabang Surabaya Unit Dukuh Kupang. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya. (2012).

- c) Jumlah pembagian bagi hasil meningkat sesuai dengan peningkatan jumlah pendapatan.
- d) Tidak ada yang meragukan keuntungan bagi hasil.
- e) Bagi hasil tergantung kepada keuntungan proyek yang dijalankan. Jika proyek itu tidak mendapatkan keuntungan maka kerugian akan ditanggung bersama oleh kedua belah pihak.

b. Bank Konvensional

- 1) Pada bank konvensional, kepentingan pemilik dana (deposan) adalah memperoleh imbalan berupa bunga simpanan yang tinggi, sedang kepentingan pemegang saham adalah di antaranya memperoleh *spread* yang optimal antara suku bunga simpanan dan suku bunga pinjaman (mengoptimalkan *interest difference*). Dilain pihak kepentingan pemakai dana (debitor) adalah memperoleh tingkat bunga yang rendah (biaya murah). Dengan demikian terhadap ketiga kepentingan dari tiga pihak tersebut terjadi antagonisme yang sulit diharmoniskan. Dalam hal ini bank konvensional berfungsi sebagai lembaga perantara saja.
- 2) Tidak adanya ikatan emosional yang kuat antara pemegang saham, pengelola bank, dan nasabah karena masing-masing pihak mempunyai keinginan yang bertolak belakang.
- 3) Sistem bunga :
 - a) Penentuan suku bunga dibuat pada waktu akad dengan pedoman harus selalu untung untuk pihak bank.
 - b) Besarnya presentase berdasarkan pada jumlah uang (modal) yang dipinjamkan.

D. *Faktor yang Membentuk Pengetahuan dan Sikap*

Beberapa faktor penentu yang mempengaruhi variasi dalam persepsi seseorang dan faktor-faktor penentu tersebut dapat dibagi menjadi dua faktor utama:

1. Faktor Lingkungan. Perilaku konsumen di dalam lingkungan yang kompleks akan dipengaruhi oleh faktor-faktor lingkungan seperti:
 - a) Budaya
 - b) Kelas sosial
 - c) Pengaruh pribadi.
2. Faktor Psikologis. Faktor ini adalah proses pengolahan informasi, pembelajaran dan perubahan sikap atau perilaku yang terdiri atas:
 - a) Motivasi dan keterlibatan
 - b) Proses belajar/pengetahuan
 - c) Kepercayaan, demografi dan sikap⁴⁵

Menurut Kotler dan Amstrong, pembelian konsumen dalam arti luas; barang dan jasa secara kuat dipengaruhi oleh karakter budaya, sosial, dan psikologis. Pada umumnya, orang pemasaran tidak dapat mengendalikan faktor-faktor semacam itu, tetapi mereka harus memperhitungkannya.⁴⁶

Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen

1. Faktor Budaya

Budaya adalah faktor mendasar dalam pembentukan norma-norma yang dimiliki seseorang yang kemudian membentuk atau mendorong keinginan dan perilakunya menjadi seseorang konsumen. Budaya meliputi hal-hal yang

⁴⁵Fahd Noor, "Preferensi Masyarakat Pesantren terhadap Bank Syariah (Studi Kasus DKI Jakarta)", *TAZKIA Islamic Business and Finance Review*. (2014).

⁴⁶Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jakarta: PT. Indeks Gramedia, 2003).

dipelajari dari keluarga, tetangga, teman, guru, dan tokoh-tokoh masyarakat yang meliputi:

- a) Nilai-nilai adalah norma yang dianut masyarakat.
- b) Persepsi adalah cara pandang sesuatu.
- c) Preferensi adalah rasa lebih suka pada sesuatu dibandingkan dengan yang lainnya.
- d) *Behavior* (tindakan).

Faktor-faktor budaya memberikan pengaruh paling luas pada keinginan dan perilaku konsumen. Divisi pemasaran termasuk *public relation* pada perguruan tinggi contohnya perlu memahami peranan dari budaya, sub budaya; meliputi kewarganegaraan, agama, kelompok ras, dan daerah geografis. Banyak sub kebudayaan yang membentuk segmen pasar penting, dan orang pemasaran seringkali merancang produk dan program pemasaran yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka.

Faktor budaya memiliki pengaruh yang luas dan mendalam terhadap perilaku pembelian, faktor budaya ini meliputi; budaya, sub-budaya, dan kelas sosial.

a. Budaya

Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar.⁴⁷ Budaya berawal dari kebiasaan. Budaya merupakan suatu cara hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh sebuah kelompok orang dan diwariskan dari generasi ke generasi. Budaya terbentuk dari banyak unsur yang rumit, termasuk sistem agama dan politik, adat istiadat, bahasa, perkakas, pakaian, bangunan, dan karya seni. Budaya yang berkembang di suatu tempat

⁴⁷Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Indeks, Kelompok Gramedia, 2005), h. 203.

sangatlah berbeda dengan tempat lain. Oleh karena itu, tiap-tiap orang yang pindah ke suatu daerah yang baru perlu mempelajari budaya daerah setempat.

Menurut Hofstede, “budaya adalah pemrograman kolektif atas pikiran yang membedakan anggota-anggota suatu kategori orang dari kategori lainnya”.⁴⁸ Lima dimensi budaya diidentifikasi sebagai berikut:

- 1) *Power distance*/jarak kekuasaan, menyangkut tingkat kesetaraan masyarakat dalam kekuasaan. Jarak kekuasaan yang kecil menunjukkan masyarakat yang setara.
- 2) *Individualism vs collectivism*, menyangkut ikatan di masyarakat, pada masyarakat yang individual setiap pihak diharapkan mengurus dirinya sendiri dan keluarganya secara mandiri.
- 3) *Masculinity vs femininity*, menyangkut perbedaan gaya antara dua jenis kelamin. Pada pria yang ditonjolkan adalah ketegasan dan kompetitif, sedangkan pada wanita adalah kesopanan dan perhatian.
- 4) *Uncertainty avoidance*/penghindaran ketidakpastian, menyangkut rasa nyaman suatu budaya terhadap ketidakpastian.
- 5) *Long-term orientation*/orientasi jangka panjang, menyangkut pola pikir masyarakat. Pada masyarakat yang berorientasi jangka panjang yang ditonjolkan adalah status, sikap hemat, dan ketekunan dan memiliki rasa malu yang tinggi.

b. Sub-budaya

Masing-masing budaya terdiri dari sub-budaya yang lebih kecil yang memberikan lebih banyak ciri-ciri dan sosialisasi khusus bagi anggota-anggotanya. Sub-budaya terdiri dari kebangsaan, agama, kelompok ras, dan wilayah geografis. Ketika sub kultur menjadi besardan cukup makmur, para

⁴⁸G. Hofstede, *Cultures And Organisation: Software Of The Mind* (London: Harper Collins Publisher.

perusahaan sering merancang program pemasaran secara khusus untuk melayani mereka. “Banyak sub-budaya yang membentuk segmen pasar penting, dan pemasar sering merancang produk dan program pemasaran yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka”.⁴⁹

c. Kelas Sosial

Pada dasarnya semua masyarakat memiliki strata sosial. Stratifikasi tersebut kadang-kadang berbentuk sistem kasta di mana anggota kasta yang berbeda dibesarkan dengan peran tertentu dan tidak dapat mengubah keanggotaan kasta mereka. Stratifikasi lebih sering ditemukan dalam bentuk kelas sosial. kelas sosial adalah “pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen, yang tersusun secara hirarki dan yang anggotanya menganut nilai-nilai, minat, dan perilaku yang serupa”.⁵⁰

2. Faktor Sosial

Anggota keluarga dapat sangat memengaruhi perilaku pembeli. Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen paling penting dalam masyarakat, dan pengaruh tersebut telah diteliti secara ekstensif.

- a) Faktor pembeli. Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti umur pembeli dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri.
- b) *Reference group* adalah kelompok yang mempengaruhi anggotanya dalam membuat keputusan pembelian sesuatu barang dan jasa meskipun ada pengecualian pada sebagian orang.

Perilaku seorang konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status.

⁴⁹Setiadi. J Nugroho, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran* (Bandung: Prenada Media, 2003), h. 41.

⁵⁰Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, h. 203.

1) Kelompok Acuan

Kelompok acuan seseorang terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Kelompok yang memiliki pengaruh langsung terhadap seseorang dinamakan kelompok keanggotaan, sedangkan kelompok yang memiliki pengaruh tidak langsung terhadap seseorang dinamakan kelompok aspirasional.

2) Keluarga

Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan para anggota keluarga menjadi kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Bahkan, jika pembeli tidak lagi berinteraksi secara mendalam dengan keluarganya, pengaruh keluarga terhadap perilaku pembeli dapat tetap signifikan.

3) Peran dan Status

Seseorang berpartisipasi ke dalam banyak kelompok sepanjang hidupnya. Kedudukan orang tersebut di masing-masing kelompok dapat ditentukan berdasarkan peran dan status. Peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang. Masing-masing peran menghasilkan status. Orang-orang memilih produk yang dapat mengkomunikasikan peran dan status mereka di masyarakat. Oleh karena itu, pemasar harus menyadari potensi simbol status dari produk dan merek.⁵¹

3. Faktor teknologi

- a) Transportasi pribadi, mobil dan motor bertambah dari tahun ketahun berikut kecanggihan teknologinya yang bertambah dari tahun ke tahun.
- b) *Audio visual*, telah menjadi produk pemikat perorangan sejak puluhan tahun lalu, baik untuk dinikmati oleh diri sendiri maupun untuk keluarga.

⁵¹Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, h. 206-209.

- c) Internet dan seluler kemajuan komputer pribadi, telepon selular meningkatkan pasar *hardware*.

Teknologi informasi meliputi teknologi komputer (*computing technology*) dan teknologi komunikasi (*communication technology*) yang digunakan untuk memproses dan menyebarkan informasi baik itu yang bersifat finansial atau non finansial. Sehingga dapat dikatakan bahwa Teknologi informasi adalah segala cara atau alat yang terintegrasi yang digunakan untuk menjaring data, mengolah dan mengirimkan atau menyajikan secara elektronik menjadi informasi dalam berbagai format yang bermanfaat bagi pemakainya.

Investasi terhadap teknologi informasi dibutuhkan untuk menghasilkan informasi secara cepat, tepat, cermat dan lengkap baik itu informasi internal maupun informasi eksternal dan untuk memperoleh keunggulan bersaing, akan tetapi investasi tersebut membutuhkan dana yang besar serta mempunyai resiko dan ancaman kerugian dari penerapan teknologi informasi itu sendiri. Untuk membuat keputusan yang lebih efektif dan informatif, pengembang sistem perlu memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pemanfaatan teknologi informasi tersebut. Pemahaman secara lengkap dari suatu sistem merupakan kunci dari efektifitas penggunaan sistem tersebut, sehingga kegagalan dari suatu sistem disebabkan karena kurangnya pemahaman terhadap sistem tersebut oleh para pegawai/karyawan. Untuk dapat memahami dengan baik hubungan antara teknologi informasi dengan kinerja individu, perlu adanya model teoretis komprehensif yang kuat di mana di dalamnya tercakup variabel-variabel yang secara signifikan menjadi prediktor langsung maupun tak langsung bagi kinerja individu.

Dalam *Theory of Reasoned Action* menyatakan bahwa perilaku seseorang adalah perkiraan dari intensitas dan tindakannya di mana seseorang akan menggunakan teknologi informasi jika hal itu bermanfaat dan meningkatkan kinerjanya dan begitu pula sebaliknya. Manfaat teknologi informasi baru dapat dirasakan jika pengguna teknologi informasi tersebut “menyadari” manfaatnya. Di samping itu, perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat dalam lingkungan kerja menyebabkan pemanfaatan teknologi informasi menjadi masalah yang mendesak.⁵²

4. Faktor-Faktor Psikologis

Pilihan-pilihan seseorang dalam membeli dipengaruhi oleh empat faktor psikologi yang penting: motivasi, pengetahuan dan keyakinan serta sikap.⁵³

faktor lain yang dapat mempengaruhi proses persepsi, di antaranya sebagai berikut:⁵⁴

1. Faktor-faktor dari luar yang terdiri dari intensitas, ukuran, keberlawanan, pengulangan, gerakan, hal-hal yang baru dan *familiar*.
2. Faktor-faktor dari dalam yang terdiri dari proses belajar, motivasi, dan kepribadianya.

Robbins mengemukakan bahwasanya ada 3 faktor yang dapat mempengaruhi persepsi masyarakat yaitu :⁵⁵

⁵²Dian Rahmawati, “Analisis Faktor Faktor yang Berpengaruh Terhadap Pemanfaatan Teknologi Informasi” *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, Volume 5 Nomor 1, (April 2008).

⁵³Michael Minor dan Mowen, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Erlangga, 2002), h. 100.

⁵⁴Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, terj. Heru Jati Purwoko *Wasana dari Marketing Management Analysis, Planing, Implementation and Control* (Jakarta: Erlangga, 1997), h. 165.

⁵⁵Miftah Thoha, *Perilaku Organisasi: Konsep Dasar dan Aplikasinya* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1998), h. 130-136.

1. Pelaku persepsi, bila seseorang memandang suatu objek dan mencoba menafsirkan apa yang dilihatnya dan penafsiran itu sangat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi dari pelaku persepsi individu itu.
2. Target atau objek, karakteristik-karakteristik dan target yang diamati dapat mempengaruhi apa yang dipersepsikan. Target tidak dipandang dalam keadaan terisolasi, hubungan suatu target dengan latarbelakangnya mempengaruhi persepsi seperti kecenderungan kita untuk mengelompokkan benda-benda yang berdekatan atau yang mirip.
3. Situasi, dalam hal ini penting untuk melihat konteks objek atau peristiwa sebab unsur-unsur lingkungan sekitar mempengaruhi persepsi kita.

Interpretasi seorang individu dipengaruhi oleh karakteristik pribadi individu yang melihat. Karakteristik pribadi yang mempengaruhi persepsi meliputi sikap, kepribadian, motif, kepentingan, pengalaman masa lalu dan harapan.⁵⁶

Keadaan psikologis seseorang dipengaruhi oleh banyak hal. Menurut Allport, psikologis merupakan “pikiran, perasaan, dan perilaku individu yang dipengaruhi oleh kehadiran orang lain secara aktual, dibayangkan, atau hadir secara tidak langsung”,⁵⁷ sedangkan menurut Titchener dan Wundt dalam Carapedia, “psikologis adalah pengalaman manusia yang dipelajari dari sudut pandang pribadi yang mengalaminya”. Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama, yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap.⁵⁸

⁵⁶Stephen P. Robbins, *Psikologi Organisasi*, diterjemahkan dari *Organizational Psychology* (Jakarta: Prenhallindo, 2001), h. 89.

⁵⁷Gordon Allport, *Personality* (New York: Holt, Rinehart and Winston).

⁵⁸Titchener dan Wundt, *Introduction To Personality* (New York: Holt, Rinehart and Winston).

1) Motivasi

Motivasi merupakan suatu penggerak atau dorongan dalam diri seseorang untuk melakukan dan mencapai suatu tujuan. Seseorang memiliki banyak kebutuhan pada waktu tertentu. Para psikolog telah mengembangkan teori-teori motivasi manusia. Tiga teori yang terkenal, yaitu; teori Sigmund Freud, Abraham Maslow, dan Frederick Herzberg.

2) Persepsi

Seseorang yang termotivasi siap untuk bertindak. Bagaimana seseorang yang termotivasi bertindak akan dipengaruhi oleh persepsinya terhadap situasi tertentu. “persepsi adalah proses yang digunakan oleh seorang individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasikan masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti”. Persepsi tidak hanya bergantung pada rangsangan fisik, tetapi juga bergantung pada lingkungan dan keadaan individu yang bersangkutan. Persepsi dapat sangat beragam antara individu satu dengan yang lain walaupun mengalami realitas yang sama. Kata kunci dalam definisi persepsi adalah individu. Setiap orang akan memandang situasi dengan cara yang berbeda, orang dapat memiliki persepsi yang berbeda atas objek yang sama”.

Persepsi memiliki sifat subjektif. Persepsi yang dibentuk seseorang dipengaruhi oleh pikiran dan lingkungan di sekitarnya. Persepsi dibentuk oleh tiga pengaruh: Karakteristik dari *stimuli*; Hubungan *stimuli* dengan lingkungannya; Kondisi-kondisi di dalam diri kita sendiri.

3) Pembelajaran

Saat orang bertindak, mereka bertambah pengetahuannya. Pembelajaran meliputi perubahan perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman. Sebagian besar dari perilaku manusia merupakan hasil dari belajar. Ahli teori pembelajaran

yakin bahwa pembelajaran dihasilkan melalui perpaduan kerja antara dorongan, rangsangan, petunjuk bertindak, tanggapan, dan penguatan. Teori pembelajaran mengajarkan pada para pemasar bahwa mereka dapat membangun permintaan atas sebuah produk dengan mengaitkannya pada dorongan yang kuat, menggunakan petunjuk yang memberikan motivasi, dan memberikan penguatan yang positif.

4) Keyakinan dan Sikap

Melalui bertindak dan belajar, maka seseorang mendapatkan keyakinan dan sikap. Keduanya kemudian mempengaruhi perilaku pembelian mereka. “keyakinan adalah gambaran pemikiran yang dianut seseorang tentang gambaran sesuatu”. Keyakinan orang tentang produk atau merek mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Para pemasar sangat tertarik pada keyakinan yang ada dalam pikiran orang tentang produk dan merek mereka. Keyakinan mereka ada dalam memori konsumen. Sikap adalah evaluasi, perasaan emosi, dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dan bertahan lama pada seseorang terhadap objek atau gagasan tertentu”. Orang memiliki sikap tertentu terhadap hampir semua hal; agama, politik, pakaian, musik, makanan, dan lain-lain. Sikap menempatkan semuanya ke dalam kerangka pemikiran yang menyukai atau tidak menyukai suatu objek. Sikap menyebabkan orang berperilaku cukup konsisten terhadap objek yang serupa.

5) Pengertian Keputusan Pembelian

Dalam pembelian, konsumen secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Proses pengambilan keputusan pembelian yang dilakukan konsumen melalui berbagai proses yang rumit terhadap beragam alternatif pilihan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor. Faktor-faktor tersebutpun berbeda setiap konsumen. “keputusan

pembelian merupakan suatu keputusan yang melibatkan pilihan di antara dua atau lebih alternatif untuk melakukan pembelian”.⁵⁹

Jadi, dalam proses pengambilan keputusan pembelian haruslah tersedia beberapa alternatif pilihan. Keputusan pembelian merupakan hasil suatu hubungan yang saling mempengaruhi dan yang rumit antara faktor-faktor budaya, sosial, teknologi, dan psikologis.

E. *Alasan yang Membentuk Pengetahuan dan Sikap*

Alasan membentuk pengetahuan dan sikap dalam memilih jasa bank syariah terdapat dalam teori bauran pemasaran yaitu 4P (*product, price, place, dan promotion*). Bauran pemasaran terdiri atas segala sesuatu yang dapat dilakukan perusahaan untuk memengaruhi permintaan produknya. Kemungkinan-kemungkinan itu dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok dimensi yang dikenal dengan “4P”: *product, price, place, dan promotion* (produk, harga, distribusi dan promosi). “Sementara itu, untuk pemasaran jasa perlu bauran pemasaran yang diperluas dengan menambahkan unsur *people* (orang), *physical evidence* (fasilitas fisik), dan *process* (proses), sehingga menjadi tujuh unsur 7P (*product, price, place, promotion, people dan physical evidence*). ketiga unsur tersebut terkait dengan sifat jasa di mana tahapan operasi hingga konsumsi merupakan suatu rangkaian yang tidak dapat dipisahkan serta mengikut sertakan konsumen dan pemberi jasa secara langsung.⁶⁰ Dengan demikian bauran pemasaran jasa terdiri dari 7P yaitu *product, price, place, promotion, people, physical evidence, dan process*.

⁵⁹Endang Purwanti, “Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan PembelianKonsumen Dalam Memilih Produk Operator Seluler Indosat-M3 di Kecamatan Pringapus Kab. Semarang”*Among Makarti* Vol.6 No.12, (Desember 2013).

⁶⁰Rambat Lupioyadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2008), h.70.

1. *Product (Produk)*

Produk adalah segala sesuatu baik yang bersifat fisik maupun non fisik yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya.⁶¹ Produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki konsumen.⁶² Produk adalah setiap apa saja yang dapat ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan.⁶³

Produk yang berkualitas tinggi yang berhasil diciptakan oleh bank akan memberikan berbagai keuntungan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Adapun keuntungan produk plus antara lain :

- a. Dapat meningkatkan penjualan, mengingat nasabah akan tertarik untuk membeli dan mempertahankan produk yang memiliki nilai lebih dengan terus melakukan transaksi.
- b. Menimbulkan rasa bangga bagi nasabah yang memiliki produk plus-nya ditengah-tengah masyarakat.
- c. Menimbulkan rasa kepercayaan tinggi sehingga dapat mempertahankan nasabah lama dan menarik nasabah baru.
- d. Menimbulkan kepuasan tersendiri bagi nasabah yang bersangkutan.⁶⁴

2. *Price (Harga)*

Harga merupakan jumlah uang yang diperlukan sebagai penukar berbagai kombinasi produk dan jasa, dengan demikian suatu barang haruslah dihubungkan dengan bermacam-macam barang dan pelayanan, yang

⁶¹Fajar Lasana , *Manajemen Pemasaran*(Yogyakarta: Graha Ilmu,2008), h. 68.

⁶²Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT. Rajawali Pers, 2008), h. 123

⁶³Donald A. Ball dan Wendell H.Mcclloch, *Bisnis International* (Jakarta: PT Salemba Empan Patria, 2001), h.59.

⁶⁴Kasmir, *Manajemen Perbankan*, h. 187.

akhirnya sama dengan sesuatu yaitu produk dan jasa.⁶⁵ Harga adalah satuan moneter agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.⁶⁶

Strategi penentuan harga (*pricing*) sangat signifikan dalam pemberian *value* kepada konsumen dan mempengaruhi *image* produk, serta keputusan konsumen untuk membeli. *Pricing* juga berhubungan dengan pendapatan dan turut mempengaruhi *supply* atau *marketing channels*. Akan tetapi yang paling penting adalah keputusan dalam *pricing* harus konsisten dengan strategi pemasaran secara keseluruhan.⁶⁷

3. *Place* (Tempat)

Lokasi bank adalah tempat di mana diperjual belikannya produk cabang bank dan pusat pengendalian perbankan. Penentuan lokasi suatu cabang bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Dalam praktiknya ada beberapa macam lokasi kantor bank, yaitu lokasi kantor pusat, cabang utama, cabang pembantu, kantor kas, dan lokasi mesin-mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Bank yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank.⁶⁸

4. *Promotion* (Promosi)

Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk itu.⁶⁹ Promosi adalah komunikasi

⁶⁵Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran*, h. 105.

⁶⁶Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 2001), h. 124.

⁶⁷Rambat Lupiyodi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), h. 250.

⁶⁸Kasmir, *Manajemen Perbankan*, h. 145.

⁶⁹Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran*, h. 133.

pemasaran dapat didefinisikan sebagai kegiatan komunikasi yang dilakukan pembeli dan penjual dan merupakan pemasaran serta mengarahkan pertukaran agar lebih memuaskan dengan cara menyandarkan semua pihak untuk berbuat lebih baik.⁷⁰

5. *People* (Orang)

People (Orang) adalah semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat memengaruhi persepsi pembeli. Elemen-elemen dari *people* adalah pegawai perusahaan, konsumen dan konsumen lain dalam lingkungan jasa. Semua sikap dan tindakan karyawan, bahkan cara berpakaian karyawan dan penampilan karyawan mempunyai pengaruh terhadap persepsi konsumen atau keberhasilan penyampaian jasa (*service encounter*).

Semua orang yang terlibat aktif dalam pelayanan dan memengaruhi persepsi pembeli, nama, pribadi pelanggan, dan pelanggan-pelanggan lain yang ada dalam lingkungan pelayanan. *People* meliputi kegiatan untuk karyawan, seperti kegiatan rekrutmen, pendidikan dan pelatihan, motivasi, balas jasa, dan kerja sama, serta pelanggan yang menjadi nasabah atau calon nasabah.⁷¹

6. *Physical evidence* (Bukti Fisik)

Physical evidence merupakan sarana fisik, lingkungan terjadinya penyampaian jasa, antara produsen dan konsumen berinteraksi dan setiap komponen lainnya yang memfasilitasi penampilan jasa yang ditawarkan. *Physical evidence* (bukti fisik). Terdiri dari adanya logo atau simbol perusahaan, moto, fasilitas yang dimiliki, seragam karyawan, laporan, kartu nama, dan jaminan perusahaan.⁷²

⁷⁰Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 2000), h. 234.

⁷¹Kasmir, *Manajemen Perbankan*, h. 120.

⁷²Kasmir, *Manajemen Perbankan*, h. 120.

7. *Process* (Proses)

Proses Merupakan keterlibatan pelanggan dalam pelayanan jasa, proses aktivitas, standar pelayanan, kesederhanaan atau kompleksitas prosedur kerja yang ada di bank yang bersangkutan. Proses terjadi di luar pandangan konsumen. Konsumen tidak mengetahui proses yang terjadi, yang penting jasa yang dia terima harus memuaskan. Proses terjadi berkat dukungan karyawan dan tim manajemen yang mengatur semua proses agar berjalan dengan lancar. Proses penyampaian jasa sangat signifikan dalam menunjang keberhasilan pemasaran jasa perbankan dan juga memberikan kepuasan kepada nasabah.⁷³

F. *Kerangka Konseptual*

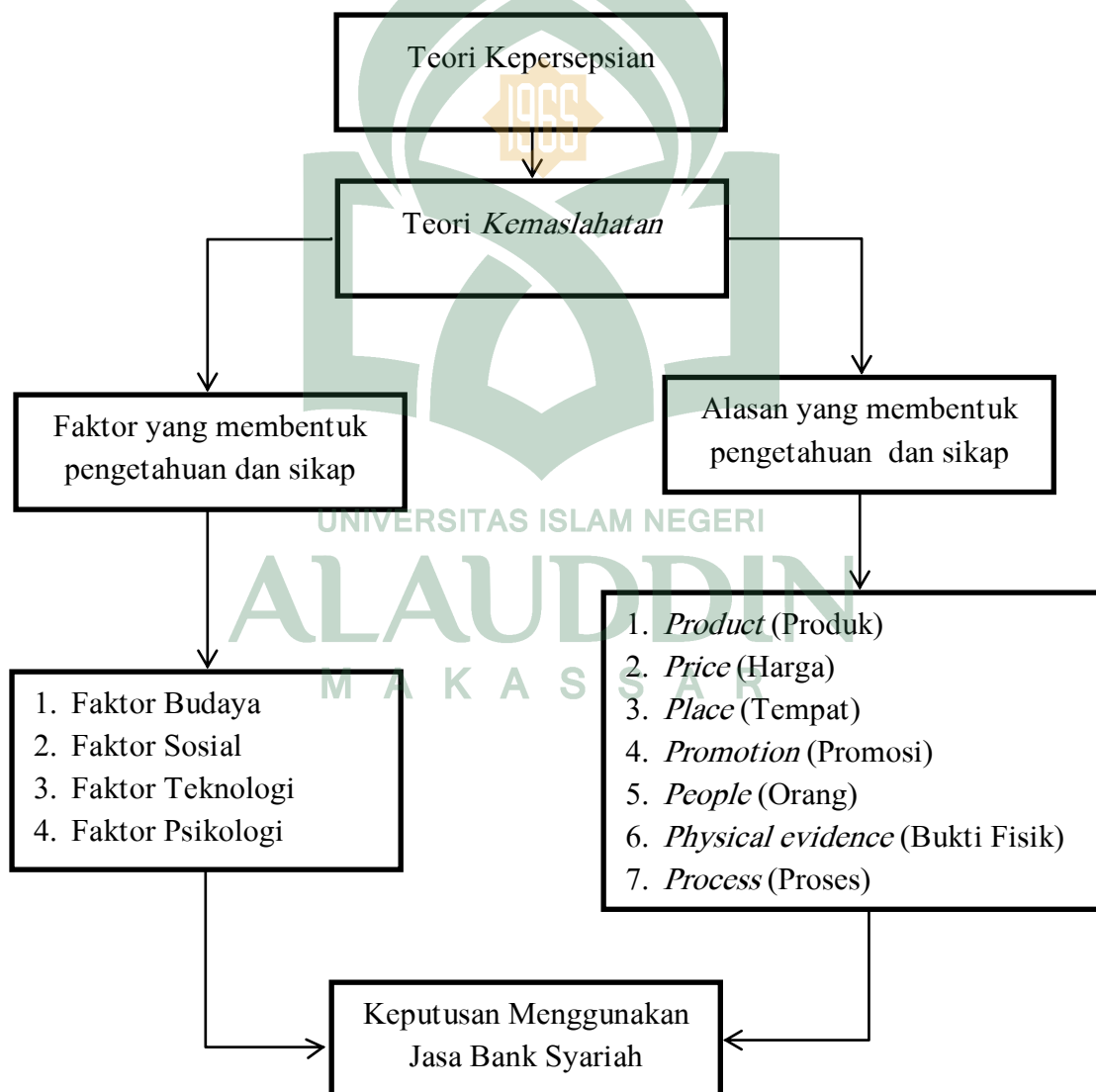
Persepsi seseorang berusaha untuk merasionalisasi lingkungan dan keadaan sekitarnya didasarkan pada pengalaman masa lalu. Kebutuhan dan keinginan secara signifikan membentuk persepsi seseorang yang tercipta dari pengetahuan dan sikap akan sesuatu. Stephan dan Stephan mendefinisikan sikap sebagai bentuk pernyataan suka atau tidak suka yang dapat merupakan daya tarik atau keengganan menghadapi situasi, orang, kelompok, atau komponen yang dapat diidentifikasi dalam suatu lingkungan termasuk ide yang abstrak atau sosial politik.

Maslahah adalah hasil dari suatu kegiatan atau aktivitas yang dapat menghadirkan berkah. Suatu kegiatan yang tidak menghasilkan berkah makadapat disebut tidak *masalahah*. Sementara berkah hanya dapat diperoleh jika kegiatan atau aktivitas yang bersangkutan dapat menghasilkan kebaikan, baik untuk dirinya sendiri maupun untuk orang lain.

⁷³ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, h. 120.

Bank Islam atau di Indonesia disebut bank syariah merupakan lembaga keuangan yang berfungsi menjalankan mekanisme ekonomi sektor riil melalui kegiatan investasi, jual beli, atau yang lainnya berdasarkan prinsip syariah yang bersifat makro dan mikro. Berbagai jenis pengetahuan dan sikap yang membentuk persepsi seseorang untuk memilih dan tidak memilih sesuatu, hal ini tergantung pada situasi dan kondisi dimana orang itu berada atau bagaimana situasi yang dihadapinya.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar bagan berikut ini:



Gambar. 2.1. Bagan Kerangka Konseptual

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. *Jenis dan Lokasi Penelitian*

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu melakukan penelitian langsung ke lokasi untuk mendapatkan dan mengumpulkan data-data. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yang diarahkan pada penelitian studi kasus, yakni penelitian yang meneliti fenomena kontemporer secara utuh dan menyeluruh pada kondisi yang sebenarnya, dengan menggunakan berbagai bentuk data kualitatif. Penjelasan tersebut menunjukkan bahwa, karakteristik penelitian studi kasus pada umumnya sama dengan karakteristik penelitian kualitatif pada umumnya.⁷⁴

Menurut Arikunto, studi kasus adalah penelitian yang dilakukan secara intensif terinci dan mendalam terhadap suatu organisasi, lembaga, atau gejala tertentu. Pada pelaksanaannya studi kasus diarahkan untuk mengkaji kondisi, kegiatan, perkembangan, serta faktor-faktor penting yang terkait dan menunjang kondisi perkembangan tersebut.⁷⁵

Secara khusus, penelitian studi kasus memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan jenis penelitian kualitatif yang lain. Kekhususan penelitian studi kasus adalah pada cara pandang penelitiannya terhadap obyek yang diteliti.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan. Dengan pertimbangan bahwa lokasi tersebut

⁷⁴<http://wordpress.com/2012/09/27/karakteristik-penelitian-studi-kasus>, diunduh pada tanggal 14 Mei 2013.

⁷⁵Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian; Suatu Pendekatan Praktis* (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), h. 53.

merupakan kantor yang mengurus persoalan agama hubungannya dengan persepsi terhadap penggunaan jasa bank syariah.

B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan fenomenologi. Istilah fenomenologi berasal dari bahasa Yunani *phainomenon* yang secara harfiah berarti “gejala” atau “apa yang telah menampakkan diri” sehingga nyata bagi kita.⁷⁶

Fenomenologi merupakan suatu metode penelitian yang kritis dan menggali fenomena yang ada secara sistematis. Tujuan dari penelitian dengan pendekatan fenomenologi adalah mengembangkan makna pengalaman hidup dari suatu fenomena dalam mencari kesatuan makna dengan mengidentifikasi inti fenomena dan menggambarkan secara akurat dalam pengalaman hidup sehari-hari.

C. Sumber Data

Sumber data adalah subyek penelitian di mana data menempel. Sumber data dapat berupa benda, gerak, manusia, tempat dan sebagainya. Sumber data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah terdiri dari dua jenis data yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang utama atau data penting, biasa juga disebut data mentah karena diperoleh dari hasil penelitian lapangan secara langsung, yang masih memerlukan pengolahan lebih lanjut barulah data tersebut memiliki

⁷⁶Imam Suprayogo dan Tobroni, *Metodologi Penelitian Sosial-Agama* (Bandung; PT. Remaja Rosdakarya, 2001), h. 102.

arti.⁷⁷ Pemilihan informan sebagai sumber data dalam penelitian ini adalah berdasarkan pada asas subyek yang menguasai permasalahan, memiliki data, dan bersedia memberikan informasi lengkap dan akurat. Informan yang bertindak sebagai sumber data dan informasi harus memenuhi syarat, yang akan menjadi informan narasumber (*key informan*) dalam penelitian ini adalah pegawai yang telah menggunakan jasa bank syariah dari setiap bidang yang ada di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan minimal 5 tahun.

Penelitian kualitatif tidak dipersoalkan jumlah informan, tetapi bisa tergantung dari tepat tidaknya pemilihan informan kunci, dan kompleksitas dari keragaman fenomena sosial yang diteliti. Dengan demikian, informan ditentukan dengan teknik *snowball sampling*, yakni proses penentuan informan berdasarkan informan sebelumnya tanpa menentukan jumlahnya secara pasti dengan menggali informasi terkait topik penelitian yang diperlukan. Pencarian informan akan dihentikan setelah informasi penelitian dianggap sudah memadai.

Adapun kriteria-kriteria penentuan Informan Kunci (*key informan*) yang tepat, dalam pemberian informasi dan data yang tepat dan akurat mengenai persepsi aparat sipil negara pengguna jasa bank syariah, adalah sebagai berikut:

- a) Nurkhalis Ruslan dan H. M. Bakri: Muamalat.
- b) Ambo Sakka Ambo: Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS).
- c) Muh. Yunus dan Solihin: Bank Permata Syariah.
- d) Suciati, Sitti Jumhara dan Hj. Dara Rohaniah: Bank Negara Indonesia Syariah (BNIS).
- e) Ayu Wahyuni dan Suriyanto Sukri: CIMB NIAGA SYARIAH.

⁷⁷Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi* (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada,2005), h. 122.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data pendukung, yang jenis data ini diperoleh dan digali melalui hasil pengolahan pihak kedua dari hasil lapangan, misalnya informan yang tidak berkaitan langsung dengan objek penelitian, tetapi mengetahui bank syariah. Di sisi lain, data sekunder diperoleh dari referensi, baik berupa majalah, jurnal, buku-buku, maupun berbagai hasil penelitian yang relevan.

D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan teknik atau cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data. Metode menunjuk suatu cara sehingga dapat diperlihatkan penggunaannya melalui angket, wawancara, pengamatan, tes, dokumentasi dan sebagainya. Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan yaitu:

1. *Observasi*, yaitu pengumpulan data dengan cara mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti.
2. *Interview* atau *pedoman wawancara*, yaitu pengumpulan data melalui dialog secara langsung dengan objek (informan) yang dapat memberikan data-data yang dibutuhkan.
3. *Dokumentasi*, yaitu peneliti mengambil sejumlah data yang berkenaan atau berhubungan dengan masalah penelitian ini baik berupa buku-buku, surat kabar, majalah, maupun data statistik perkembangan bank syariah.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bantu yang amat penting dan strategis kedudukannya dalam keseluruhan kegiatan penelitian, karena data yang

diperlukan untuk menjawab rumusan masalah penelitian diperoleh melalui instrumen. Berikut ini instrumen yang peneliti gunakan, yaitu:

1. *Observasi*.

Ada dua jenis observasi, yaitu observasi partisipatif dan observasi non partisipatif. Observasi partisipatif yaitu pengamatan secara langsung, dalam hal ini peneliti menjadi anggota penuh dari kelompok yang diamati sehingga dapat memperoleh informasi apa saja yang dibutuhkan, termasuk yang dirahasiakan sekalipun. Observasi partisipatif tersebut difokuskan pada masalah yang menjadi perhatian penelitian atau yang sangat relevan dengan fokus penelitian. Di dalam melakukan observasi partisipatif peneliti menggunakan instrumen blangko dan catatan kecil.⁷⁸ Sedangkan observasi non partisipatif yaitu pengamatan yang dilakukan tidak secara langsung, dalam hal ini peneliti hanya melakukan pengamatan sekilas dan melakukan peninjauan lokasi ketika sewaktu-waktu membutuhkan beberapa data penting untuk diketahui. Dalam penelitian ini observasi yang digunakan adalah observasi partisipatif yang dilakukan secara langsung atau turun langsung ke lapangan dengan membawa instrumen catatan kecil.

2. *Interview* atau wawancara.

Terkait dengan itu, wawancara digunakan untuk mengumpulkan data yang menyangkut deskripsi penelitian dan pertanyaan-pertanyaan lainnya yang memang diperlukan untuk melengkapi data-data yang sudah ada.

3. Dokumentasi.

Penerapan teknik dokumentasi dalam arti luas tidak hanya mengumpulkan arsip dan teori yang relevan, tetapi juga mencakup fakta atau realitas yang dapat diabadikan secara digital.

⁷⁸Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian; Suatu Pendekatan Praktek* (Cet. XI; Jakarta: Rineka Cipta, 1998), h. 234.

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Pengolahan data merupakan bagian yang amat penting dalam metode ilmiah, karena dengan pengolahan data, data tersebut dapat diberi arti dan makna yang berguna dalam memecahkan masalah penelitian. Analisis data adalah upaya atau cara untuk mengolah data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut bisa dipahami dan bermanfaat untuk solusi permasalahan, terutama masalah yang berkaitan dengan penelitian. Data penelitian akan diolah dengan analisis deskriptif kualitatif yang diolah dari hasil wawancara dan observasi. Maka pada bagian ini teknik analisa data yang peneliti gunakan untuk memperoleh data yang selektif adalah menggunakan analisis data model interaktif.

Adapun langkah-langkah yang digunakan dalam analisis data ini yaitu:

1. Pengumpulan Data

Peneliti mencatat semua data secara objektif dan apa adanya sesuai dengan hasil wawancara di lapangan.

2. Reduksi Data

Reduksi data adalah memilih hal-hal pokok yang sesuai dengan fokus penelitian. Di mana reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan. Data-data yang telah direduksi memberikan gambaran yang lebih tajam tentang hasil pengamatan dan mempermudah peneliti untuk mencarinya sewaktu-waktu.

3. Penyajian Data

Penyajian data berupa sekumpulan informasi yang telah tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

Penyajian data merupakan analisis dalam bentuk tabel sehingga peneliti dapat menguasai data.

4. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi

Sejak semula peneliti berusaha mencari makna dari data yang diperoleh. Untuk itu, peneliti berusaha mencari pula model, tema, hubungan, persamaan dan hal-hal yang sering muncul. Verifikasi dapat dilakukan dengan singkat yaitu dengan cara mengumpulkan data baru. Dalam pengambilan keputusan, didasarkan pada reduksi data dan penyajian data yang merupakan jawaban atas masalah yang diangkat dalam penelitian.

G. *Pengujian Keabsahan Data*

Keabsahan data merupakan konsep penting yang diperbaharui dari konsep kesahihan data (validitas) dan keandalan (realibilitas) menurut aliran “*postivisme*”. Dalam pandangan aliran *naturalistic* tidak menggunakan istilah tersebut akan tetapi Lincon dan Guba menyatakan bahwa dasar kepercayaan yang berbeda mengarah tuntutan pengetahuan (*knowledge*) dan Kriteria yang berbeda. Dalam pengecekan keabsahan data penulis menggunakan model triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi yaitu memanfaatkan sesuatu dari luar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding data.

Triangulasi ada dua macam, yaitu:

1. Triangulasi dengan sumber data yaitu mengumpulkan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber, cara yang ditempuh ialah dengan melakukan pengecekan data yaitu cara cek (*check*), cek ulang (*recheck*) dan cek silang (*cros check*).
 - a) Cek (*check*) artinya memberikan pertanyaan yang sama kepada informan.

- b) Cek ulang (*recheck*) artinya mengajukan pertanyaan yang sama kepada informan tetapi pada waktu yang lain/mengecek kembali.
 - c) Cek silang (*cross check*) artinya membandingkan responden yang satu dengan yang lain kemudian diambil satu kesimpulan.
2. Triangulasi dengan metode:
- a) Membandingkan hasil pengamatan pertama dengan pengamatan berikutnya.
 - b) Membandingkan hasil pengamatan dengan hasil wawancara.
 - c) Membandingkan hasil wawancara pertama dengan wawancara berikutnya.



BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan

Secara nasional organisasi Kementerian Agama (dahulu Departemen Agama) resmi terbentuk pada tanggal 3 Januari 1946, bertugas membimbing dan mengendalikan kehidupan beragama sesuai dengan pembukaan UUD 1945 dan sebagai realisasi dari pasal 29 UUD 1945.

Ketika wilayah Sulawesi Selatan dan Tenggara masih merupakan wilayah satu provinsi yakni Provinsi Sulawesi Selatan dan Tenggara, instansi Departemen Agama di tingkat Provinsi ketika itu bernama Jawatan Urusan Agama (JAURA) berkedudukan di Makassar, Sulawesi Selatan. Kepala Jawatan Urusan Agama yang pertama dijabat oleh Bapak Gazali (1950-1952), yang berkantor di Jalan Jenderal Ahmad Yani Makassar (sekarang Kantor Polwiltabes Makassar). Kantor Jawatan Urusan Agama ini bertugas sebagai perpanjangan tugas pemerintah pusat pada bidang agama dan keagamaan di tingkat provinsi. Setelah Bapak Gazali menjabat kepala Jawatan tahun 1950-1952, dilanjutkan oleh Bapak Ismail Napu (tahun 1952-1955) dan selanjutnya H. Zainuddin (1955-1960).

Pada tahun 1960, Kantor Jawatan Urusan Agama Provinsi Sulawesi Selatan dipindahkan dari Jalan Jend. Ahmad Yani ke Jalan WR. Supratman pada masa Bapak Rahman Tahir (1960-1962). Pada tahun 1964, dijabat oleh KH. Badawi (1962-1964) terjadilah peralihan wilayah administrative provinsi Sulawesi Selatan dan Tenggara dibagi menjadi dua wilayah. Provinsi Sulawesi Tenggara berdiri sendiri sebagai satu wilayah administratif, ditandai dengan keluarnya Undang-Undang Nomor 13 Tahun 1964.

Seiring dengan tuntutan pelayanan pemerintahan, maka pada masa jabatan KH. Hasan (1967) Kantor Jawatan Urusan Agama berubah nomenklaturnya menjadi Kantor Perwakilan Departemen Agama Provinsi Sulawesi Selatan. Perubahan nomenklatur ini diharapkan dapat memberikan pelayanan yang optimal kepada masyarakat, khususnya di Sulawesi Selatan. Perubahan nomenklatur ini juga, menjadikan lokasi kantor dipindahkan ke jalan Nuri hingga sekarang ini, pada saat itu dijabat oleh Bapak KH. Muh. Siri (1967-1970).

Berdasarkan Kepres Nomor 44 tahun 1974, Keputusan Menteri Agama Nomor 18 Tahun 1975 tentang Kedudukan, tugas pokok, fungsi serta susunan dan tata kerja Departemen Agama, maka instansi Departemen Agama tingkat provinsi berubah nomenklaturnya menjadi Kantor Wilayah Departemen Agama, termasuk Kantor Wilayah Departemen Agama Provinsi Sulawesi Selatan. Seiring dengan perkembangan dan semakin luasnya cakupan wilayah kerja, maka nomenklatur Perwakilan Departemen Agama dirubah menjadi Kantor Wilayah Departemen Agama Provinsi Sulawesi Selatan.

Perubahan nomenklatur ini, dilatari dengan semakin luasnya cakupan wilayah kerja pemerintahan, sehingga tuntutan pelayanan yang lebih khusus dan optimal terkait dengan pembinaan agama dan keagamaan di Sulawesi Selatan menjadi suatu keniscayaan pada saat itu. Posisi Kepala Kantor Wilayah Departemen Agama pada saat itu dijabat oleh H. Muh. Ali Mabham Dg. Tojeng (tahun 1970-1975). Pada tahun 2005, dilakukan serah terima aset oleh Kanwil Departemen Agama Provinsi Sulawesi Selatan kepada Kanwil Departemen Agama Provinsi Sulawesi Barat, yakni 3 (tiga) Kantor Departemen Agama Kabupaten yang dibawah wilayah Provinsi Sulawesi Barat, seperti Kabupaten Polewali Mamasa, Majene dan Kabupaten Mamuju pada saat itu.

Pada tahun 2010, atas terbit Keputusan Menteri Agama Nomor 1 Tahun 2010 tentang perubahan Departemen menjadi Kementerian, maka nama Departemen Agama dirubah menjadi Kementerian Agama. Saat ini Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan secara struktural membawahi 23 Kantor Kementerian Agama Kabupaten/Kota se Sulawesi Selatan.

Pelaksanaan kegiatan dan program Kantor Wilayah Kementerian Agama Sulawesi Selatan, tetap mengacu pada tugas dan fungsi Kantor Wilayah Kementerian Agama sebagaimana diatur dalam Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 372 Tahun 2006 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi dan Kabupaten/Kota dan kemudian diubah menjadi Peraturan Menteri Agama Nomor 13 tahun 2012 tentang Organisasi dan Tata Kerja Instansi Vertikal Kementerian Agama.

Untuk kepala kanwil kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan dapat dilihat pada Tabel 4.1 berikut.

Tabel 4.1 Pimpinan Kanwil Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan dari Tahun 2006 sampai sekarang

| No. | Nama Pimpinan | Periode |
|-----|---------------------------------|----------------------------------|
| 1 | Drs. H. Bahri Mappiasse | April 2006 - Januari 2011 |
| 2 | Drs. H. Hamka, M.Ag. | 6 Januari 2011 - 24 Oktober 2011 |
| 3 | Drs. H. M. Gazali Suyuti, M.Hi. | 24 Oktober 2011 - 4 Maret 2015 |
| 4 | Drs. H. Abd. Wahid Thahir, M.Pd | 4 Maret 2015 – Sekarang |

Sumber: Kantor Kanwil Kemenag Prov. Sul-sel, 2016.

2. Visi dan Misi Kanwil Kemenag Provinsi Sulawesi Selatan

a. Visi

Terwujudnya Masyarakat Sulawesi Selatan yang Taat Beragama, Rukun, Cerdas dan Sejahtera Lahir Batin.

b. Misi

- 1) Meningkatkan pemahaman dan pengamalan ajaran Agama di Provinsi Sulawesi Selatan;
- 2) Mamantapkan Kerukunan Intra dan Antar Umat Beragama di Provinsi Sulawesi Selatan;
- 3) Menyediakan pelayanan kehidupan Beragama yang merata dan berkualitas di Sulawesi Selatan;
- 4) Meningkatkan pemanfaatan dan kualitas pengelolaan potensi Ekonomi Keagamaan di Sulawesi Selatan;
- 5) Mewujudkan Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umrah yang berkualitas dan akuntabel di Sulawesi Selatan;
- 6) Meningkatkan akses dan kualitas pendidikan umum berciri Agama, pendidikan Agama pada satuan Pendidikan Umum, dan Pendidikan Keagamaan di Sulawesi Selatan;
- 7) Mewujudkan Tata Kelola Pemerintahan yang bersih, akuntabel, dan terpercaya di Sulawesi Selatan.

3. Tugas dan Fungsi Kanwil Kementerian Agama

- a. Perumusan visi, misi dan kebijakan teknis dibidang pelayanan dan bimbingan kehidupan beragama kepada masyarakat di provinsi.
- b. Pembinaan, pelayanan dan bimbingan masyarakat Islam, pelayanan haji dan umrah, pengembangan zakat dan wakaf, pendidikan agama dan keagamaan, pondok pesantren, pendidikan agama Islam, pada masyarakat dan pemberdayaa masjid serta urusan agama, pendidikan agama, bimbingan masyarakat Kristen, Katolik, Hindu serta Budha sesuai dengan peraturan perundang-undangan

- c. Perumusan kebijakan teknis dibidang pengelolaan administrasi dan informasi pembinaan kerukunan umat beragama, pengkoordinasian perencanaan, pengendalian dan pengawasan program, daerah, instansi terkait dan lembaga masyarakat dalam rangka pelaksanaan tugas kementerian agama di provinsi.
- d. Pelaksanaan hubungan dengan pemerintah daerah, instansi terkait, dan lembaga masyarakat dalam rangka pelaksanaan tugas kementerian agama di provinsi.

4. Tugas dan Fungsi Bagian Tata Usaha

a) Tugas

Melaksanakan Koordinasi Perumusan Kebijakan teknis dan pelaksanaan pelayanan dan pembinaan administrasi, keuangan dan barang milik Negara di Lingkungan Kantor Wilayah berdasarkan Kebijakan teknis yang ditetapkan oleh Kepala Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan.

b) Fungsi:

- 1) Koordinasi penyusunan rencana, evaluasi program dan anggaran, serta laporan.
- 2) Pelaksanaan Urusan Keuangan.
- 3) Penyusunan organisasi dan tata laksana.
- 4) Pengelolaan urusan kepegawaian.
- 5) Penyusunan peraturan perundang-undangan dan bantuan hukum.
- 6) Pelaksanaan bimbingan kerukunan umat beragama
- 7) Pelayanan informasi dan hubungan masyarakat; dan
- 8) Pelaksanaan urusan ketatausahaan, rumah tangga, perlengkapan, dan pengelolaan barang/kekayaan negara pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan.

Sub. Bagian Perencanaan dan Keuangan, mempunyai tugas: Melakukan penyiapan bahan koordinasi dan penyusunan rencana, program dan anggaran, evaluasi dan laporan, serta pelaksanaan urusan keuangan.

Sub. Bagian Informasi dan Hubungan Masyarakat, mempunyai tugas: Melakukan penyiapan bahan pelaksanaan urusan pengelolaan informasi dan hubungan masyarakat.

Sub. Bagian Organisasi, Tata Laksana dan Kepegawaian, mempunyai tugas : Melakukan penyiapan bahan penyusunan organisasi dan tata laksana serta pengelolaan urusan kepegawaian.

Sub. Bagian Hukum dan Kerukunan Umat Beragama, mempunyai tugas: Melakukan penyiapan bahan penyusunan peraturan perundang-undangan, bantuan hukum, dan pelaksanaan urusan kerukunan umat beragama serta pelayanan masyarakat Khonghucu.

Sub. Bagian Umum, mempunyai tugas: Melakukan urusan ketatausahaan, rumah tangga, perlengkapan, dan pemeliharaan serta pengelolaan dan pelaporan barang milik/kekayaan negara.

5. Tugas dan Fungsi Bidang Pendidikan Madrasah

a) Tugas

Melaksanakan pelayanan, bimbingan, pembinaan, dan pengelolaan sistem informasi di bidang pendidikan madrasah berdasarkan kebijakan teknis yang ditetapkan oleh Kepala Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan.

b) Fungsi

- 1) Penyiapan perumusan kebijakan teknis dan perencanaan di bidang pendidikan madrasah.

- 2) Pelaksanaan pelayanan, bimbingan, dan penyiapan pembinaan di bidang kurikulum dan evaluasi, pendidikan dan tenaga kependidikan, sarana prasarana, pengembangan potensi siswa, kelembagaan, kerja sama, dan pengelolaan sistem informasi pendidikan madrasah.
- 3) Evaluasi dan penyusunan laporan di bidang pendidikan madrasah

Seksi Kurikulum dan Evaluasi, mempunyai tugas: Melakukan penyiapan bahan pelaksanaan pelayanan, bimbingan teknis, dan pembinaan di bidang kurikulum dan evaluasi pada Raudlatul Athfal (RA), Madrasah Ibtidaiyah (MI), Madrasah Tsanawiyah (MTs), Madrasah Aliyah (MA) dan Madrasah Aliyah Kejuruan (MAK).

Seksi Pendidikan dan Tenaga Kependidikan, mempunyai tugas: Melakukan penyiapan bahan pelaksanaan pelayanan, bimbingan teknis, dan pembinaan di bidang kurikulum dan evaluasi pada Raudlatul Athfal (RA), Madrasah Ibtidaiyah (MI), Madrasah Tsanawiyah (MTs), Madrasah Aliyah (MA) dan Madrasah Aliyah Kejuruan (MAK).

Seksi Sarana dan Prasarana, mempunyai tugas: Melakukan penyiapan bahan pelaksanaan pelayanan bimbingan teknis, dan pembinaan di bidang sarana dan prasarana pada RA, MI, MTs, MA dan MAK.

Seksi Kesiswaan, mempunyai tugas: Melakukan penyiapan bahan pelaksanaan pelayanan, bimbingan teknis, dan pembinaan di bidang pengembangan potensi siswa pada RA, MI, MTs, MA, dan MAK.

Seksi Kelembagaan dan Sistem Informasi Madrasah, mempunyai tugas : Melakukan penyiapan bahan pelaksanaan pelayanan, bimbingan teknis, dan pembinaan di bidang pengembangan kelembagaan, kerja sama, serta pengelolaan sistem informasi pendidikan RA, MI, MTs, MA, dan MAK.

6. Tugas dan Fungsi Bidang Pendidikan Diniyah dan Pondok Pesantren

a) Tugas:

Melaksanakan pelayanan, bimbingan, pembinaan, dan pengelolaan sistem informasi di bidang pendidikan diniyah dan pondok pesantren berdasarkan kebijakan teknis yang ditetapkan oleh Kepala Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan.

b) Fungsi:

- 1) Penyiapan perumusan kebijakan teknis dan perencanaan di bidang pendidikan diniyah dan pondok pesantren.
- 2) Pelaksanaan pelayanan, bimbingan, dan pembinaan di bidang pendidikan madrasah diniyah takmiliyah, diniyah formal dan kesetaraan, pendidikan pesantren, dan pendidikan al-Quran, serta pengelolaan sistem informasi pendidikan diniyah dan pondok pesantren.
- 3) Evaluasi dan penyusunan laporan di bidang pendidikan diniyah dan pondok pesantren

Seksi Pendidikan Madrasah Diniyah Takmiliyah, mempunyai tugas: Melakukan penyiapan bahan pelaksanaan pelayanan, bimbingan teknis, dan pembinaan di bidang pendidikan madrasah diniyah takmiliyah.

Seksi Pendidikan Diniyah Formal dan Kesetaraan, mempunyai tugas: Melakukan penyiapan bahan pelaksanaan pelayanan, bimbingan teknis, dan pembinaan di bidang diniyah formal dan kesetaraan

Seksi Pondok Pesantren, mempunyai tugas: Melakukan penyiapan bahan pelaksanaan pelayanan bimbingan teknis, dan pembinaan di bidang pondok pesantren.

Seksi Pendidikan al-Quran, mempunyai tugas: Melakukan penyiapan bahan pelaksanaan pelayanan, bimbingan teknis, dan pembinaan di bidang pendidikan Al-quran.

Seksi Sistem Informasi Pendidikan Diniyah dan Pondok Pesantren, mempunyai tugas: Melakukan penyiapan bahan pelaksanaan pelayanan, bimbingan teknis, dan pembinaan di bidang pengelolaan sistem informasi pendidikan diniyah

7. Tugas dan Fungsi Bidang Pendidikan Agama Islam

a) Tugas:

Melaksanakan pelayanan, bimbingan, pembinaan, serta pengelolaan sistem informasi di bidang pendidikan Agama Islam berdasarkan kebijakan teknis yang ditetapkan oleh Kepala Kantor Wilayah Kementerian Agama provinsi Sulawesi Selatan.

b) Fungsi:

- 1) Penyiapan perumusan kebijakan teknis dan perencanaan di bidang pendidikan agama Islam;
- 2) Pelaksanaan pelayanan, bimbingan, dan pembinaan di bidang pendidikan agama Islam pada Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD), Taman Kanak-kanak (TK), Sekolah Dasar/Sekolah Dasar Luar Biasa (SD/SDLB), Sekolah Menengah Pertama/Sekolah Menengah Pertama Luar Biasa (SMP/SMPLB), Sekolah Menengah Atas/Sekolah Menengah Atas Luar Biasa/ Sekolah Menengah Kejuruan (SMA/SMALB), dan pengelolaan sistem informasi pendidikan agama Islam; dan
- 3) Evaluasi dan penyusunan laporan di bidang pendidikan agama Islam

Seksi Pendidikan Agama Islam pada PAUD & TK, mempunyai tugas: Melakukan penyiapan bahan pelaksanaan pelayanan, bimbingan teknis, dan pembinaan di bidang Pendidikan Agama Islam Pada PAUD dan TK.

Seksi Pendidikan Agama Islam pada SD/SDLB, mempunyai tugas: Melakukan penyiapan bahan pelaksanaan pelayanan, bimbingan teknis, dan pembinaan di bidang pendidikan agama Islam pada SD/SDLB

Seksi Pendidikan Agama Islam pada SMP/SMPLB, Melakukan penyiapan bahan pelaksanaan pelayanan bimbingan teknis, dan pembinaan di bidang pendidikan agama Islam pada SMP/SMPLB

Seksi Pendidikan Agama Islam pada SMA/SMALB/SMK, mempunyai tugas: Melakukan penyiapan bahan pelaksanaan pelayanan, bimbingan teknis, dan pembinaan di bidang pendidikan agama Islam pada SMA/SMALB/SMK

Seksi Sistem Informasi Pendidikan Agama Islam, mempunyai tugas: Melakukan penyiapan bahan pelaksanaan pelayanan, bimbingan teknis, dan Pembinaan di bidang pengelolaan sistem informasi pendidikan agama Islam.

8. Tugas dan Fungsi Bidang Penyelenggaraan Haji dan Umrah

a) Tugas:

Melaksanakan pelayanan, bimbingan, pembinaan, dan pengelolaan sistem informasi di bidang penyelenggaraan haji dan umrah berdasarkan kebijakan teknis yang ditetapkan oleh Kepala Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan.

b) Fungsi:

- 1) Penyiapan perumusan kebijakan teknis dan perencanaan di bidang penyelenggaraan haji dan umrah;
- 2) Penyiapan pelayanan, bimbingan, dan pembinaan di bidang pendaftaran, dokumen, akomodasi, transportasi, perlengkapan haji, pengelolaan

keuangan haji, dan pembinaan jemaah haji dan umrah, serta pengelolaan sistem informasi dan umrah;

- 3) Evaluasi dan penyusunan laporan di bidang penyelenggaraan haji dan umrah.

Seksi Pendaftaran dan Dokumen Haji, mempunyai tugas: Melakukan penyiapan bahan pelaksanaan pelayanan, bimbingan teknis, dan pembinaan di bidang pembinaan haji dan umrah.

Seksi Pembinaan Haji dan Umrah, mempunyai tugas: Melakukan penyiapan bahan pelaksanaan pelayanan, bimbingan teknis, dan pembinaan di bidang pembinaan haji dan umrah.

Seksi Akomodasi, Transportasi dan Perlengkapan Haji, mempunyai tugas : Melakukan penyiapan bahan pelaksanaan pelayanan, bimbingan teknis, dan pembinaan di bidang akomodasi, transportasi, dan perlengkapan haji.

Seksi Pengelolaan Keuangan Haji, mempunyai tugas: Melakukan penyiapan bahan pelaksanaan pelayanan, bimbingan teknis, dan pembinaan di bidang pengelolaan keuangan haji.

Seksi Sistem Informasi Haji, mempunyai tugas: Melakukan penyiapan bahan pelaksanaan pelayanan, bimbingan teknis, dan pembinaan di bidang pengelolaan sistem informasi haji.

9. Tugas dan Fungsi Bidang Urusan Agama Islam dan Bimbingan Syariah

a) Tugas:

Melaksanakan pelayanan, bimbingan, pembinaan, dan pengelolaan sistem informasi di bidang urusan agama Islam dan pembinaan syariah berdasarkan kebijakan teknis yang ditetapkan oleh Kepala Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan.

b) Fungsi:

- 1) Penyiapan perumusan kebijakan teknis dan perencanaan di bidang Urusan Agama Islam dan Pembinaan Syariah.
- 2) Penyiapan pelayanan, bimbingan, dan pembinaan di bidang kepenghuluan, pemberdayaan kantor urusan agama dan keluarga sakinah, pemberdayaan masjid, produk halal, hisab rukyat, dan pembinaan syariah, serta pengelolaan sistem informasi urusan agama Islam dan pembinaan syariah;
- 3) Evaluasi dan penyusunan laporan di bidang urusan agama Islam dan pembinaan syariah.

Seksi Kepenghuluan, mempunyai tugas: melakukan penyiapan bahan pelaksanaan pelayanan, bimbingan teknis, dan pembinaan di bidang pengelolaan kepenghuluan.

Seksi Pemberdayaan Kantor Urusan Agama, mempunyai tugas: melakukan penyiapan bahan pelaksanaan pelayanan, bimbingan teknis, dan pembinaan di bidang pemberdayaan kantor urusan agama

Seksi Kemasjidan, mempunyai tugas: melakukan penyiapan bahan pelaksanaan pelayanan bimbingan teknis, dan pembinaan di bidang kemasjidan

Seksi Produk Halal, Pembinaan Syariah dan Sistem Informasi Urusan Agama Islam, mempunyai tugas: melakukan penyiapan bahan pelaksanaan pelayanan, bimbingan teknis, dan pembinaan di bidang produk halal, hisab rukyat dan pembinaan syariah, serta pengelolaan sistem informasi urusan agama Islam

10. Tugas dan Fungsi Bidang Penerangan Agama Islam, Zakat dan Wakaf

a) Tugas:

Melaksanakan pelayanan, bimbingan, pembinaan, dan pengelolaan sistem informasi di bidang penerangan agama Islam, pemberdayaan zakat dan wakaf

berdasarkan kebijakan teknis yang diterapkan oleh Kepala Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan.

b) Fungsi:

- 1) Penyiapan perumusan kebijakan teknis dan perencanaan di bidang penerangan agama islam, zakat dan wakaf;.
- 2) Penyiapan pelayanan, bimbingan, dan penyiapan pembinaan di bidang penerangan dan penyuluhan agama islam, kemitraan ummat dan publikasi dakwah, hari besar Islam, seni budaya Islam, musabaqah al-Quran dan al-Hadits, zakat dan wakaf, serta pengelolaan sistem informasi penerangan agama Islam, zakat dan wakaf;
- 3) Evaluasi dan penyusunan laporan di bidang penerangan agama Islam, zakat, dan wakaf

Seksi Penerangan dan Penyuluhan Agama Islam, mempunyai tugas : Melakukan penyiapan bahan pelaksanaan pelayanan, bimbingan teknis, dan pembinaan dibidang penerangan dan penyuluhan agama Islam.

Seksi Kemitraan Ummat, Publikasi Dakwah dan Hari Besar Agama Islam, mempunyai tugas: Melakukan penyiapan bahan pelaksanaan pelayanan, bimbingan teknis, dan pembinaan di bidang kemitraan umat Islam, publikasi dakwah dan hari besar Islam

Seksi Pengembangan Seni Budaya Islam, Musabaqah Al-Quran dan Al-Hadits, mempunyai tugas: Melakukan penyiapan bahan pelaksanaan pelayanan, bimbingan teknis, dan pembinaan dibidang pengembangan seni budaya Islam, musabaqah al-quran dan al-Hadis

Seksi Pemberdayaan Zakat, mempunyai tugas: Melakukan penyiapan bahan pelaksanaan pelayanan, bimbingan teknis, dan pembinaan di bidang pemberdayaan zakat

Seksi Pemberdayaan Wakaf, mempunyai tugas: Melakukan penyiapan bahan pelaksanaan pelayanan, bimbingan teknis, dan pembinaan di bidang pemberdayaan wakaf dan pengelolaan sistem informasi penerangan agama islam, zakat, dan wakaf.

B. Alasan yang Membentuk Pengetahuan dan Sikap Aparatur Sipil Negara Terhadap Bank Syariah

Bank syariah mulai berkembang pada era 90an dengan diawali oleh bank Muamalat pada saat itu telah memberikan warna baru bagi perbankan di Indonesia. Indonesia tergolong lambat mengingat terdapat beberapa negara lain yang telah mengadopsi bank syariah menjadi bagian dari perbankan di negaranya. Keterlambatan itu bukanlah menjadi penghalang dari tumbuh kembang perbankan syariah di Indonesia umumnya dan di Makassar khususnya.

Salah satu yang mempengaruhi perkembangan dari bank syariah dengan melalui peningkatan strategi pelayanan ke nasabah ataupun calon nasabah. Strategi untuk melakukan pelayanan yang terbaik menjadi satu pilihan bilamana bank syariah ingin berkembang dan semakin tumbuh dari tahun ke tahun jumlah nasabahnya. Bank syariah yang merupakan lembaga bisnis, bukan lembaga kemanusiaan yang memaksa mau tidak mau harus memberikan yang terbaik untuk nasabah maupun masyarakat yang akan dijadikan nasabah dengan memberikan beberapa pengetahuan maupun penawaran yang terbaik yang bisa diberikan. Pembentukan persepsi akan memberikan dampak terhadap kemajuan bank syariah juga akan mendorong masyarakat untuk dapat menggunakan jasa bank syariah sebagai lembaga keuangan. Persepsi dirasakan sangat penting, karena persepsi adalah sebuah proses saat individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka guna memberikan arti bagi lingkungan mereka.

1. *Product* (Produk)

Produk yang dihasilkan bank syariah merupakan tujuan utama dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan baik berupa barang maupun jasa. Produk yang ditawarkan bank syariah kepada nasabah harus dapat memberikan manfaat total yang dapat dirasakan nasabah, sehingga nasabah akan melakukan pembelian, sehingga bank syariah dalam pembentukan produk dan desain produk harus bisa memenuhi kebutuhan nasabahnya. Pada produk jasa elemen kualitas pelayanan menjadi elemen utama dalam menjual produk bank.

Dari wawancara dengan Nurkhalis Ruslan, mengatakan bahwa:

Saat ini produk perbankan syariah belum memuaskan kebutuhan aparatur sipil negara, masih banyak produk perbankan syariah yang *copy paste* dari produk bank konvensional, produk yang ditawarkan belum memiliki karakteristik sebagai produk perbankan syariah. Produk perbankan syariah dengan produk bank konvensional dibedakan oleh penggunaan akad dalam setiap penjualan produk tersebut.⁷⁹

Lain halnya dengan H. M. Bakri, mengatakan bahwa:

Saat ini produk perbankan syariah belum sebanyak produk bank konvensional sehingga belum banyak alternatif pilihan bagi aparatur sipil negara dalam bertransaksi perbankan, berbeda dengan konvensional seperti bank BNI, produk bank tersebut memang dibutuhkan oleh ASN. Produk simpanan di bank syariah belum memiliki variasi produk sesuai kebutuhan, inovasi produk di bank syariah masih sangat kurang.⁸⁰

Pendapat yang lain datang dari Muh. Yunus mengatakan bahwa:

Saya memiliki tabungan syariah karena tidak menginginkan sistem bunga, karena pada bank syariah dikenal dengan sistem bagi hasil.⁸¹

Dari wawancara di atas, diketahui bahwa alasan yang membentuk persepsi yang menyebabkan pengetahuan dan sikap aparatur sipil negara dalam

⁷⁹Nurkhalis Ruslan (31 Tahun), Pengguna Bank Muamalat, *wawancara*, Seksi Perencanaan Kanwil Provinsi Sulawesi Selatan, 27 Maret 2017.

⁸⁰H. M. Bakri (54 Tahun), Pengguna Bank Muamalat, *wawancara*, Seksi Perencanaan Provinsi Sulawesi Selatan, 27 Maret 2017.

⁸¹M. Yunus (52 Tahun), Pengguna Bank Permata Syariah, *wawancara*, Seksi PHU Kanwil Provinsi Sulawesi Selatan, 29 Maret 2017.

memilih bank dilihat dari segi produk. Produk perbankan syariah belum memiliki nilai tambah dan *benefit* bagi penggunanya. Produk yang saat ini ditawarkan hampir sama bahkan sama dengan produk konvensional hanya kemasan dan namanya saja yang berbeda sehingga aparat sipil negara di Kantor Wilayah Kementerian Agama belum sepenuhnya menggunakan produk perbankan syariah. Penggunaan produk perbankan syariah dilakukan apabila produk tersebut dapat memberikan *benefit* yang lebih dibandingkan produk perbankan konvensional. Untuk produk penghimpunan dana di bank syariah *benefit* yang diterima aparat sipil negara masih kalah apabila dibandingkan dengan produk bank konvensional, bahkan produk bank konvensional lebih variatif dan kompetitif sehingga aparat sipil negara memiliki alternatif dalam pemilihan produk tersebut.

Praktik sekarang yang dilakukan oleh sebagian industri keuangan syariah, produk yang ditawarkannya ada yang masih belum sesuai dengan konsep dasar bank syariah itu sendiri. Akan tetapi, adapula yang mengetahui tentang keharaman bunga dan diganti bagi hasil. Hal ini bisa jadi dikarenakan faktor SDM yang belum memahami bentuk teori dan konsep dari bank syariah. Sehingga praktik di lapangan mengindikasikan kemiripan antara produk bank syariah dengan produk bank konvensional. Kondisi seperti ini memang perlu diluruskan sehingga tidak ada kesan bahwa praktik bank syariah dengan produk pada bank konvensional sama.

2. *Price* (Harga)

Merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan oleh konsumen untuk membeli sebuah produk. Perusahaan harus memperhatikan tingkat harga yang akan dikenakan atas suatu produk yang ditawarkan kepada konsumen seperti ongkos produksi, pemotongan harga, waktu pembayaran, perbedaan harga pada

kelompok-kelompok konsumen yang berbeda. Penetapan harga dapat dilakukan dengan metode penetrasi *pricing*, penetapan harga serendah-rendahnya dengan maksud menaikkan jumlah pembeli dan mendapatkan *market share* yang lebih luas.

Wawancara dengan Solihin menyampaikan bahwa:

Saat ini biaya yang dikenakan bank syariah masih mahal khususnya dalam pembiayaan. Bank syariah seharusnya menetapkan harga berdasarkan perhitungan bagi hasil yang diperoleh dari produktif yang dimiliki, sehingga bank syariah memiliki perbedaan dengan bank konvensional.⁸²

Pandangan lain dari Suciati, mengatakan bahwa:

Menggunakan bank syariah untuk tabungan jangka panjang karena di bank syariah tidak ada potongan dalam hal tabungan.⁸³

Dari wawancara di atas, diketahui bahwa aparat sipil negara masih memiliki *image* mahal terhadap harga perbankan syariah khususnya produk, hal tersebut masih menjadi salah satu bahan pertimbangan aparat sipil negara dalam memilih perbankan. Dari hasil wawancara diperoleh fakta bahwa *image* mahalnya produk pembiayaan di bank syariah umumnya diperoleh dari informasi teman atau relasi kantor, bisnis dan lain-lain. Selain itu juga, pada dasarnya perbankan syariah mendapat angin segar yaitu keunggulan di mana bank syariah memiliki sistem bagi hasil yaitu antara pihak pemodal dan yang menjalankan usaha sama-sama memberikan kontribusi dalam untuk mendapatkan suatu keuntungan untuk memilih menggunakan jasa perbankan syariah.

3. *Place* (Tempat)

Place disebut juga saluran distribusi, dalam bisnis bank *place* adalah jaringan kantor cabang untuk mendistribusikan produk dan jasa yang ditawarkan.

⁸²Solihin (41 Tahun), Pengguna Bank Permata Syariah, *wawancara*, Seksi PHU Kanwil Provinsi Sulawesi Selatan, 30 Maret 2017.

⁸³Suciati (41 Tahun), Pengguna BNIS, *wawancara*, Kepegawaian Kanwil Provinsi Sulawesi Selatan, 29 Maret 2017.

Saat ini jaringan distribusi tidak hanya meliputi jaringan kantor cabang tetapi sudah melalui jaringan teknologi informasi seperti internet, *m-banking*, *phone banking* dan lain-lain. Jasa bank syariah menggunakan tipe interaksi di mana pelanggan mendatangi penyedia jasa, untuk itu idealnya perbankan berada pada lokasi yang mudah dijangkau oleh aparat sipil negara dan akses menuju lokasi mudah diakses oleh kendaraan umum.

Wawancara dengan Ayu Wahyuni, mengatakan bahwa:

Jaringan kantor syariah agak sulit diakses, idealnya bank syariah jarang ada di tiap-tiap pusat keramaian, sehingga kehadiran bank syariah belum bisa dirasakan oleh seluruh masyarakat termasuk aparat sipil negara.⁸⁴

Pendapat lain datang dari Surianto Sukri, mengatakan bahwa:

Memang saat ini lokasi bank syariah masih relatif jauh karena belum banyaknya jaringan kantor bank syariah, tidak seperti bank konvensional..⁸⁵

Senada dengan itu, pendapat dari Sitti Jumhara mengatakan bahwa:

Saya menggunakan bank syariah untuk tabungan jangka panjang karena di bank syariah tidak ada potongan dalam hal tabungan. Dan menggunakan bank konvensional adalah hal untuk konsumsi sehari-hari seperti jual beli online penarikan ATM karena bank konvensional lebih gampang di jangkau.⁸⁶

Dari wawancara di atas, diketahui bahwa bank syariah jaringan kantor belum tersebar secara merata dan lokasinya belum bisa dijangkau dengan mudah. perbankan syariah harus memperhatikan hal-hal lainnya dalam menentukan lokasi kantor seperti lokasi, lahan parkir, dan sarana pendukung lainnya seperti mesin ATM. Saat ini industri perbankan sudah memberikan kemudahan-kemudahan dalam melakukan transaksinya. Bank syariah telah sama-sama

⁸⁴Ayu Wahyuni (28 Tahun), Pengguna CIMBSY, wawancara, Seksi Keuangan Kanwil Provinsi Sulawesi Selatan, 31 Maret 2017.

⁸⁵Surianto Sukri (30 tahun), Pengguna CIMBSY, wawancara, Penyuluh Kanwil Provinsi Sulawesi Selatan, 31 Maret 2017.

⁸⁶Sitti Jumhara (39 Tahun), Pengguna BNIS, wawancara, Kepegawaian Kanwil Provinsi Sulawesi Selatan, 31 Maret 2017.

berlomba dengan bank konvensional dalam memberikan kemudahan bagi nasabahnya, dalam rangka meningkatkan pelayanan yang memuaskan.

Saat ini bank syariah belum berani terjun membuka jaringan kantor cabang/kas di seluruh kabupaten ataupun kecamatan, padahal potensi masyarakat muslim khususnya mayoritas ada di pedesaan, seharusnya bank syariah berani menjadi pionir bagi roda ekonomi di pedesaan sesuai dengan misi bank syariah untuk membangkitkan ekonomi umat. Untuk jaringan ATM, bank syariah menggunakan kerjasama dengan vendor-vendor penyedia jasa jaringan ATM seperti ATM Bersama, ALTO, *Master card*, Visa dan lain-lain. Dengan keterbatasan jaringan ATM tersebut menimbulkan beban biaya yang dikenakan kepada nasabah, sehingga *point* tersebut menjadi tidak kompetitif dalam menjaring nasabah.

4. *Promotion* (Promosi)

Kegiatan promosi pada produk dan jasa biasanya dilakukan melalui iklan di media masa, atau televisi. Konsep kegiatan promosi tersebut di antaranya meliputi *advertising, sales promotion, public relation, sales training, marketing research* dan *development*. Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. Perusahaan jasa harus tepat dalam melakukan pemilihan media promosi sehingga pesan yang ingin disampaikan tepat sasaran dan menghasilkan *feedback* dengan membeli produk yang ditawarkan.

Wawancara dengan Hj. Dana Rohaniah, mengatakan bahwa:

Promosi atau sosialisasi yang disampaikan tidak menginformasikan dampak negatif dan kerugian bila menggunakan sistem riba, sehingga hal tersebut belum banyak merubah *mind set* aparatur sipil negara dalam memilih bank syariah.⁸⁷

Senada dengan itu, pendapat dari Ambo Sakka Ambo mengatakan bahwa:

Saat ini aparatur sipil negara mendapatkan informasi perihal bank syariah dari media elektronik, media cetak dan radio. Sedangkan pesan yang disampaikan masih belum jelas dan nilai-nilai syariahnya tidak di utamakan, sosialisasi yang disampaikan lebih pada produknya.⁸⁸

Lain halnya dengan Nurkhalis Ruslan mengatakan bahwa:

Bank syariah sebaiknya memanfaatkan secara maksimal kerjasama dengan para ulama dalam mensosialisasikan bank syariah, ulama bisa menjadi duta bank syariah dalam sosialisasi langsung kepada aparatur sipil negara.⁸⁹

Berdasarkan wawancara di atas, diketahui bahwa kegiatan promosi yang dilakukan perbankan syariah masih sebatas menjual produk, sebagaimana diketahui produk bank syariah dan produk konvensional memiliki kesamaan. Kegiatan promosi umumnya dilakukan dengan menggunakan brosur, media elektronik seperti televisi, radio dan lain-lain.

Pemilihan media promosi yang kurang tepat akan kurang efektif untuk memengaruhi aparatur sipil negara menggunakan jasa bank syariah. Kegiatan promosi seharusnya mensosialisasikan dampak penggunaan sistem bunga terhadap kehidupan ekonomi dan masyarakat, sehingga dapat merubah *mind set* aparatur sipil negara mengenai bank syariah. Mensosialisasikan jaringan kantor, dukungan teknologi informasi atau jaringan *online*, bahwa bank syariah memiliki dukungan teknologi yang memadai sama halnya dengan perbankan konvensional.

⁸⁷Hj. Dana Rohaniah (53 Tahun), Pengguna BRIS, wawancara, Seksi PHU Kanwil Provinsi Sulawesi Selatan, 30 Maret 2017.

⁸⁸Ambo Sakka Ambo (44 Tahun), Pengguna BNIS, wawancara, PD. Pontren Kanwil Provinsi Sulawesi Selatan, 30 Maret 2017.

⁸⁹Nurkhalis Ruslan (31 Tahun), Pengguna Bank Muamalat, wawancara, Seksi Perencanaan Kanwil Provinsi Sulawesi Selatan, 27 Maret 2017.

Media yang paling efektif mensosialisasikan bank syariah kepada masyarakat muslim khususnya selain melalui media cetak dan elektronik sebaiknya bank syariah menggunakan jasa para ulama/ustad, mengajak partisipasi aktif ulama di mana kantor bank syariah berada. Bank syariah perlu bersinergi untuk mensosialisasi manfaat, dan perbedaan bank syariah dengan bank konvensional kepada para ulama, sehingga para ulama mendapat persepsi yang sama mengenai perbankan syariah yang dapat diinformasikan kepada masyarakat pada saat para ulama tersebut terjun berdakwah. Selain itu media promosi dari mulut ke mulut akan lebih efektif dalam membentuk opini masyarakat dalam mensosialisasikan bank syariah.

5. *People* (Orang)

Salah satu ciri utama bisnis bank adalah dominannya unsur *personal approach*, dimulai dari *front office*, *back office* sampai tingkat manajerial. Faktor *people* turut membentuk *image* bank syariah itu sendiri, semakin profesional faktor *people* dalam bank tersebut maka akan semakin kuat *image* bank tersebut di masyarakat. Sumber daya manusia merupakan aset bank dalam mengembangkan bank sesuai tujuannya untuk mencapai keuntungan secara *financial* maupun secara *goodwill*. Semua sikap dan tindakan karyawan, bahkan cara berpakaian karyawan dan penampilan karyawan mempunyai pengaruh terhadap persepsi konsumen dan keberhasilan penyampaian produk dan jasa yang ditawarkan. Untuk itu *people* merupakan bagian terpenting dalam membentuk *image* bank dimata nasabah.

Wawancara dengan H. M. Bakri mengatakan bahwa:

Pelayanan yang diberikan oleh bank syariah sudah cukup baik, begitu masuk bank syariah mereka disambut dengan salam dan dilayani dengan ramah oleh pegawai bank syariah..⁹⁰

⁹⁰H. M. Bakri (54 Tahun), Pengguna Bank Muamalat, *wawancara*, Seksi Perencanaan Kanwil Provinsi Sulawesi Selatan, 27 Maret 2017.

Pendapat lain datang dari M. Yunus mengatakan bahwa:

Satpam, *customer services*, dan *teller* dalam melayani nasabah sopan, sungguh-sungguh dan ramah. Saat memasuki kantor, kita akan disambut oleh salam dan sapaan ramah satpam bank yang akan membukakan pintu serta menanyakan keperluan kita datang ke bank.⁹¹

Senada dengan itu pendapat dari Solihin mengatakan bahwa:

Bank syariah dalam pelayanan yang diberikan sangat baik, waktu untuk memberikan pelayanan yang cepat dan cara menerangkan juga jelas pada saat menanyakan kelengkapan data.⁹²

Dari wawancara di atas, diketahui bahwa pelayanan bank syariah masih bisa diandalkan daripada bank konvensional. *Customer services* dalam melayani nasabah juga sopan dan ramah. Para *customer services* yang berjaga mengenakan busana syar'i yang menutup aurat. Apabila *customer services* yang berjaga tersebut perempuan, maka ia akan mengenakan kerudung dan apabila *customer services* tersebut laki-laki maka baju lengan panjang dan celana panjang menjadi baju dinas yang wajib dikenakan.

Para *customer services* akan melayani nasabah dengan ramah dan sopan. Sebelum melayani nasabah, *customer services* akan menyambutnya dengan salam dan menanyakan nama nasabah terlebih dahulu. Setelah mengetahui nama nasabah, dalam melayani nasabah *customer services* akan menyebut nama nasabah dalam pelayanannya. Setelah keperluan nasabah selesai, para *customer services* akan bertanya kepada nasabah apakah ada hal lain lagi yang perlu dibantu, jika nasabah sudah tidak memerlukan bantuan *customer services* lagi maka pelayanan *customer services* terhadap nasabah telah selesai dan *customer services* akan menutup pelayanan mereka dengan salam dan senyum yang ramah.

⁹¹M. Yunus (52 Tahun), Pengguna Bank Permata Syariah, wawancara, Seksi PHU Kanwil Provinsi Sulawesi Selatan, 29 Maret 2017.

⁹²Solihin (41 Tahun), Pengguna Bank Permata Syariah, wawancara, Seksi PHU Kanwil Provinsi Sulawesi Selatan, 30 Maret 2017.

6. *Physical Evidence* (Keadaan Fisik)

Physical evidence dalam bisnis bank meliputi sarana *physic* berupa gedung kantor, area banking hall, mesin ATM, lahan parkir yang luas dan aman, akses kantor yang mudah dijangkau baik kendaraan umum maupun kendaraan pribadi. Dengan gedung kantor yang nyaman, aman akan membentuk sikap masyarakat memilih bank tersebut, sementara faktor lainnya akan diabaikan oleh *customer*.

Wawancara dengan Suciati mengatakan bahwa:

Saat ini aparat sipil negara tidak terlalu menemukan kantor bank syariah, karena saat ini bangunan fisik kantor bank syariah sangat jelas dan mudah ditemukan dengan identitas bangunan yang mendekati ornamen agama Islam dan pencantuman *sign* syariah dan logo IB untuk seluruh kantor yang bisa melayani transaksi syariah.⁹³

Pendapat lain dari Ayu Wahyuni mengatakan bahwa:

Bank syariah yang saat ini ada sudah memadai baik dari tampilan maupun dari atributnya. Kantor bank syariah tidak perlu menggunakan ornamen timur tengah sebagai identitas bank syariah, tetapi kesan yang diberikan harus bernuansa syariah.⁹⁴

Berdasarkan wawancara di atas, bank syariah masih mengandalkan menjual *physic* bangunan dalam memengaruhi sikap aparat sipil negara, bank syariah belum bisa menjual konsep dan produk yang memang dibutuhkan masyarakat sesuai syariah. Aparatur sipil tidak menjadikan *physical evidence* sebagai dasar dalam memilih bank untuk bertransaksi melainkan manfaat dan akses yang mudah serta jaringan yang luas yang dibutuhkan.

Unsur-unsur yang terdapat dalam *physical evidence* atau saran fisik antara lain; bangunan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna dan barang-

⁹³Suciati (41 Tahun), Pengguna BNIS, wawancara, Kepegawaian Kanwil Provinsi Sulawesi Selatan, 29 Maret 2017.

⁹⁴Ayu Wahyuni (28 Tahun), Pengguna CIMBSY, wawancara, Seksi Keuangan Kanwil Provinsi Sulawesi Selatan, 31 Maret 2017.

barang lainnya yang merupakan satu kesatuan dengan *service* yang diberikan. Begitu pula halnya dengan bangunan fisik sebuah kantor cabang bank, di mana bentuk bangunan fisik turut mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan dalam memilih bank. Sarana fisik ini merupakan suatu hal yang secara nyata turut memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan. Unsur-unsur yang termasuk di dalam sarana fisik antara lain bangunan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna dan barang-barang lainnya yang disatukan dengan *service* yang diberikan seperti tiket, sampul, label, dan lain sebagainya.

7. *Process* (Proses)

Proses adalah semua prosedur aktual, mekanisme, dan aliran aktifitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa. Hal penting lainnya dalam bauran pemasaran adalah proses, di mana proses meliputi sistem dan prosedur, termasuk persyaratan ataupun ketentuan yang diberlakukan oleh bank terhadap produk dan jasa bank yang ditawarkan kepada nasabahnya. Proses yang cepat dan akurat akan meningkatkan daya saing suatu bank dalam merebut minat masyarakat.

Wawancara dengan Surianto Sukri mengatakan bahwa:

Untuk bisa bersaing dengan bank konvensional, bank syariah harus berani berinvestasi di bidang teknologi perbankan, sehingga proses transaksi yang ada di bank bisa sesuai dengan harapan aparat sipil negara.⁹⁵

Pendapat lain dari Sitti Jumhara mengatakan bahwa:

Penggunaan teknologi perbankan di perbankan syariah saat ini sudah memadai, namun informasi tersebut tidak tersosialisasikan dengan baik sehingga persepsi masyarakat masih menganggap bank syariah masih ketinggalan dalam penggunaan teknologi perbankan.⁹⁶

⁹⁵Surianto Sukri (30 tahun), Pengguna CIMBSY, wawancara, Penyuluh Kanwil Provinsi Sulawesi Selatan, 31 Maret 2017.

⁹⁶Sitti Jumhara (39 Tahun), Pengguna BNIS, wawancara, Kepegawaian Kanwil Provinsi Sulawesi Selatan, 31 Maret 2017.

Dari hasil wawancara di atas, diketahui bahwa keinginan aparat sipil negara agar dukungan teknologi informasi nasabah bank syariah dapat bertransaksi secara *online* di seluruh jaringan kantor bank syariah serta dapat menggunakan ribuan ATM yang tersebar di pusat-pusat keramaian. Diperlukan sosialisasi baik berupa panduan penggunaan teknologi perbankan seperti brosur penggunaan ATM maupun pemberian informasi yang terus menerus di setiap kantor cabang syariah baik berupa *standing banner*, brosur dan lain-lainya.

Dalam hal proses pengajuan pembiayaan di bank syariah, aparat sipil negara, umumnya masih memandang proses di bank syariah relatif lama dan skim pembiayaan yang rumit. Tentunya hal ini menjadi tantangan bagi praktisi perbankan untuk bisa menyederhanakan prosedur dan proses pembiayaan sesimpel mungkin untuk meningkatkan daya saing dengan tetap menjunjung prinsip kehati-hatian dalam memberikan pembiayaan. Proses dan prosedur tersebut bisa diatasi dengan sistem pembiayaan berbasis *web* atau menggunakan *score card* dalam menganalisa kelayakan pembiayaan nasabah. Pelayanan dan IT yang dimiliki oleh bank syariah telah memperlihatkan adanya semangat untuk selalu meningkatkan pelayanan yang memuaskan (*service satisfaction*) pada *customer* dan menggunakan teknologi informasi perbankan yang memadai dalam mengembangkan industri keuangan syariah di Indonesia.

Setelah melakukan wawancara dengan pegawai aparat sipil negara di kantor wilayah kementerian agama provinsi Sulawesi Selatan ditemukan alasan alasan pengetahuan dan sikap yang membentuk persepsi untuk memilih menggunakan jasa bank syariah. Hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.2 di bawah ini.

Tabel 4. 2
Alasan pengetahuan dan sikap aparatur sipil negara memilih
menggunakan jasa bank syariah

| No. | Alasan | Unit Analisa | Temuan |
|-----|------------------|----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | <i>Product</i> | Penghimpunan dana | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Kurang variatif ➤ Menyerupai produk konvensional ➤ Belum banyak alternatif pilihan produk |
| | | Pembiayaan | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Akses yang masih sulit ➤ Bagi hasil/margin yang masih tinggi ➤ Syarat agunan seperti bank konvensional |
| | | Fitur | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Banyak menggunakan istilah arab ➤ Sulit dipahami dengan istilah arab ➤ Kurang fleksibel |
| | | Benefit | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Masih kurang/belum kompetitif ➤ Belum bisa mengungguli benefit bank non syariah |
| | | Biaya-biaya | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Relatif lebih mahal |
| 2 | <i>Price</i> | Biaya Adm DPK Bagi hasil DPK | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Cukup kompetitif ➤ Cukup bersaing, rata-rata perbankan syariah memberikan bagi hasil yang tinggi |
| | | Biaya Adm Pembiayaan Margin/Bagi Hasil | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Cukup kompetitif ➤ Relatif mahal, perbankan syariah menjual produk pembiayaan masih tinggi. |
| 3 | <i>Place</i> | Lokasi Kantor | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Belum banyak di lokasi keramaian ➤ Jaringan kantor cabang pembantu belum sebanyak perbankan konvensional. |
| | | Lokasi ATM | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Belum banyak dibandingkan bank konvensional |
| 4 | <i>Promotion</i> | Materi Promosi | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Menjual Produk ➤ Tidak mensosialisasikan manfaat bagi hasil bagi kehidupan ekonomi, sehingga akan bisa merubah mind set masyarakat bila mengetahui dengan benar dampak penggunaan sistem bunga dibandingkan sistem bagi hasil. |

| | | | |
|---|--------------------------|--------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | Media Promosi | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Mengandalkan media cetak dan elektronik ➤ Belum menggunakan jasa ulama/ustad sebagai duta perbankan syariah khusus untuk sosialisasi dikalangan masyarakat muslim. ➤ Belum memanfaatkan promosi dari mulut ke mulut. Promosi ini akan lebih efektif dalam membuat <i>image</i> positif dan menarik minat masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah |
| | | Volume Promosi | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Masih kurang intensif ➤ Masih terbatas di perkotaan. |
| 5 | People | Penampilan | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Menggunakan atribut agama ➤ Cukup menarik |
| | | <i>Product Knowledge</i> | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Masih perlu peningkatan khususnya mengenai produk pembiayaan bagi hasil ➤ Cukup menguasai produk <i>funding</i>/tabungan/deposito/rekening giro dan lain-lain. ➤ Peningkatan skill melalui <i>training</i> secara rutin |
| | | Pelayanan | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Satpam dalam melayani nasabah cekatan, sopan, sungguh-sungguh dan ramah. ➤ <i>Customer Service</i> dalam melayani nasabah cekatan, sopan, sungguh-sungguh dan ramah. ➤ <i>Teller</i> dalam melayani nasabah cekatan, sopan, sungguh-sungguh dan ramah. |
| 6 | <i>Physical evidence</i> | Bangunan fisik Kantor | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Kesan bangunan kantor bank syariah masih kental khusus untuk masyarakat muslim. ➤ Area <i>banking hall</i> cukup nyaman |
| | | Mesin ATM | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Cukup aman dan nyaman |
| | | Sarana fisik lainnya | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Lahan parkir cukup nyaman dan aman ➤ Lokasi kantor yang mudah di akses oleh kendaraan umum atau pribadi |

| | | | |
|---|----------------|---------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | ➤ <i>Rest room</i> cukup bersih |
| 7 | <i>Process</i> | Penggunaan Teknologi Informasi | ➤ Umumnya perbankan syariah telah menggunakan teknologi informasi perbankan dengan baik, sehingga pelayanan operasional kepada nasabah berjalan dengan baik. ➤ Bank syariah telah menggunakan fasilitas e-banking, ATM, Mbanking, Phone Banking, link internasional, internet banking, dll., sangat membantu dan memudahkan nasabah dalam bertransaksi. |
| | | Sistem dan Prosedur Operasional | ➤ Prosedur dan pelayanan masih lambat memerlukan penyederhanaan process ➤ Proses pengajuan pembiayaan relatif lama dan birokrasi yang panjang. |

Apapun alasan pegawai memilih menjadi nasabah bank syariah yang telah mereka kemukakan, peneliti kembalikan lagi kepada apa tujuan atau niat mereka. Apabila mereka mengambil sebuah keputusan bertujuan untuk memperoleh keuntungan dari bunga bank, maka hal tersebut tidak dibenarkan oleh ajaran Islam. *Islam Prohibits all types of interest. The Qur'an has categorically declared riba as unlawfull.*⁹⁷ Islam melarang segala jenis riba. Al-Quran dengan tegas menyatakan riba hukumnya haram. Allah swt berfirman dalam QS al-Baqarah/2: 275, sebagai berikut:

...وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا...

Terjemahnya:

...padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...⁹⁸

Dari kandungan ayat di atas menerangkan bahwa Allah telah melarang umat Islam untuk melakukan transaksi yang mengandung riba yaitu bunga.

⁹⁷Simon dan Schuster, *Western New Word Dictionary* (Newyork: Printice hall, 1988), h. 1137.

⁹⁸Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, h. 47.

Namun apabila memang terpaksa penarikan uang gaji melalui bank riba, menurut peneliti hal tersebut tidak ada masalah asalkan tidak mengambil bunganya. Karena yang dilarang dan diharamkan Islam adalah bunga bank.

Adapun al-Quran yang menerangkan keterpaksaan tersebut terdapat dalam QS al-An'ām/6: 119, firman Allah swt

...وَقَدْ فَصَّلَ لَكُمْ مَا حَرَّمَ عَلَيْكُمْ...

Terjemahnya:

...Padahal sesungguhnya Allah telah menjelaskan kepada kamu apa yang diharamkan-Nya atasmu..⁹⁹

Dari ayat di atas menunjukan bahwa segala sesuatu yang dikarenakan keterpaksaan dibolehkan, namun bila mungkin bisa dilakukan penarikan uang gaji melalui bank Islam atau melalui cara yang diperbolehkan Islam, maka sebaiknya penarikan uang gaji tidak melalui bank konvensional.

C. Faktor-Faktor yang Membentuk Pengetahuan dan Sikap Pegawai Aparatur Sipil Negara terhadap Bank Syariah

Faktor persepsi pegawai terhadap bank syariah adalah hal penting yang harus diperhatikan dalam rangka mengukur, merencanakan, dan menerapkan strategi pengembangan bank syariah di bidang apapun. Pembentukan persepsi akan memberikan dampak terhadap kemajuan bank syariah juga akan mendorong masyarakat untuk dapat menggunakan jasa bank syariah sebagai lembaga keuangan. Persepsi dirasakan sangat penting, karena Persepsi adalah sebuah proses saat individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka guna memberikan arti bagi lingkungan mereka.

⁹⁹Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, h. 143.

Beberapa faktor penentu yang mempengaruhi variasi dalam persepsi seseorang dan faktor-faktor penentu dalam memilih sesuatu. Terdapat beberapa faktor penentu pegawai ASN dalam memilih sebuah bank yaitu:

1. Faktor Budaya

Budaya adalah faktor mendasar dalam pembentukan norma-norma yang dimiliki seseorang yang kemudian membentuk atau mendorong keinginan dan perilakunya menjadi seseorang konsumen. Faktor-faktor budaya memberikan pengaruh paling luas pada keinginan dan perilaku konsumen.

Wawancara dengan Hj. Dana Rohaniah mengatakan bahwa:

Menggunakan bank syariah dalam hal untuk tabungan dan menggunakan bank konvensional karena gaji yang saya terima menggunakan bank konvensional (BRI).¹⁰⁰

Pandangan lain dari Ambo Sakka Ambo mengatakan bahwa:

Menggunakan bank konvensional karena gaji yang saya terima melalui bank konvensional dan menggunakannya hanya sebatas menerima gaji saja selainnya dialihkan ke bank syariah.¹⁰¹

Selain itu, pendapat dari Nurkhalis Ruslan mengatakan bahwa:

Menggunakan bank konvensional sebagai menerima gaji dan juga dalam hal konsumsi seperti ATM dll. Menggunakan bank syariah berangkat dari keyakinan yaitu ingin menjalankan agama secara *kaffah*.¹⁰²

Dari wawancara di atas, diketahui bahwa sebagai pegawai aparatur sipil negara diharuskan oleh suatu instansi di tempat mereka bekerja untuk membuka tabungan atau mempunyai rekening bank yang sudah ditentukan untuk mempermudah dalam penarikan gaji khususnya. Faktor inilah yang menjadi kebiasaan dengan bank yang ada, alasan seperti ini maksudnya ialah mereka yang

¹⁰⁰Hj. Dana Rohaniah (53 Tahun), Pengguna BRIS, wawancara, Seksi PHU Kanwil Provinsi Sulawesi Selatan, 30 Maret 2017.

¹⁰¹Ambo Sakka Ambo (44 Tahun), Pengguna BNIS, wawancara, PD. Pontren Kanwil Provinsi Sulawesi Selatan, 30 Maret 2017..

¹⁰²Nurkhalis Ruslan (31 Tahun), Pengguna Bank Muamalat, wawancara, Seksi Perencanaan Kanwil Provinsi Sulawesi Selatan, 27 Maret 2017.

sudah terbiasa dengan bank yang sudah mereka gunakan dari awal sampai sekarang. Selain dengan terbiasa menggunakan jasa bank, mereka juga terbiasa dengan pelayanan baik yang diberikan oleh para petugas serta karyawan yang bekerja di bank tersebut.

Walaupun gaji yang mereka terima melalui bank konvensional, akan tetapi menggunakan bank konvensional hanya sekedar menerima gaji saja setelah itu dialihkan ke bank syariah, karena mengetahui kalau bank syariah adalah perbankan yang harus didukung karena dalam menjalankan usahanya berbasis syariah. Adapula yang menggunakan bank syariah karena mengetahui kalau menabung di bank syariah lebih aman dibandingkan menabung di bank konvensional yaitu tidak ada potongan dan juga perbankan syariah adalah perbankan yang baik karena menjalankan usahanya berdasarkan nilai-nilai Islam.

Dalam persepsi seperti ini, pengetahuan dan informasi aparatur sipil negara tentang produk dan akad bank syariah lumayan bagus. Artinya sosialisasi bank syariah sangat disarankan untuk mengkomunikasikan mekanisme bank syariah ke aparatur sipil negara. Sosialisasi tidak sekedar memperkenalkan keberadaan bank syariah di suatu tempat, tetapi juga memperkenalkan mekanisme, produk bank syariah dan instrumen-instrumen keuangan bank syariah kepada masyarakat. Kiranya banyak sosialisasi secara intensif yang dilakukan oleh bank syariah agar lebih populer di kalangan pegawai, antara lain partisipasi Kanwil. Namun demikian partisipasi itu baru akan teraktualisasi apabila mereka mempunyai pandangan yang positif terhadap eksistensi perbankan syariah itu sendiri. Jika tidak, cenderung mereka akan bersikap pasif.

2. Faktor Sosial

Perkembangan perbankan syariah juga harus didukung oleh sumber daya insani yang memadai, baik dari segi kualitas maupun kuantitasnya. Namun, realita yang ada menunjukkan bahwa masih banyak sumber daya insani yang selama ini terlibat di institusi syariah tidak memiliki pengalaman akademis dan praktis dalam *Islamic banking*. Hal ini memengaruhi produktivitas dan profesionalisme perbankan syariah itu sendiri.

Maraknya bank syariah di Indonesia tidak diimbangi dengan sumber daya manusia yang memadai. Terutama sumber daya manusia yang memiliki latar belakang disiplin keilmuan bidang perbankan syariah. Sebagian besar sumber daya manusia di perbankan syariah terutama bank konvensional yang membuka *Islamic windows* berlatar belakang disiplin ilmu ekonomi konvensional. keadaan ini mengakibatkan akselerasi hukum Islam dalam praktek perbankan kurang cepat dapat diakomodasikan dalam sistem perbankan, sehingga kemampuan pengembangan bank syariah menjadi lambat.

Wawancara dengan H. M. Bakri mengatakan bahwa:

Ketertarikan saya kepada bank syariah karena dorongan dari teman-teman yang sudah lama menabung di bank syariah, makanya pendapatan saya yang lain saya simpan di bank syariah.¹⁰³

Faktor ini yang memengaruhi nasabah untuk memilih bank syariah timbul, dorongan lingkungan sekitar (keluarga, teman dan lain-lain). Anggota keluarga dapat sangat memengaruhi perilaku pembeli. Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen paling penting dalam masyarakat, dan pengaruh tersebut telah diteliti secara ekstensif. Keputusan seorang memilih menggunakan jasa bank syariah juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti umur pembeli

¹⁰³H. M. Bakri (54 Tahun), Pengguna Bank Muamalat, *wawancara*, Seksi Perencanaan Kanwil Provinsi Sulawesi Selatan, 27 Maret 2017.

dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri.

3. Faktor Teknologi

Perkembangan teknologi dan informasi dari hari ke hari memberikan peluang bank syariah melakukan promosi-promosi melalui media pun juga tidak bisa ditinggalkan namun harus lebih diperhatikan muatan-muatan yang mengedukasi konsumen. Media sudah menjadi satu hal yang tidak bisa dihilangkan dari kehidupan masyarakat baik media elektronik, media cetak bahkan media sosial yang akhir-akhir ini memberikan banyak manfaat, baik bagi masyarakat maupun bagi perusahaan. Seharusnya ini dapat dimanfaatkan semaksimal mungkin untuk promosi sekaligus mengedukasi masyarakat mengenai perbankan syariah yang memang masih baru bahkan asing bagi telinga mereka baik istilah maupun konsepnya.

Hasil wawancara dengan Muh. Yunus mengatakan bahwa:

Penggunaan teknologi perbankan di perbankan syariah saat ini sudah memadai, namun informasi tersebut tidak tersosialisasikan dengan baik sehingga persepsi masyarakat masih menganggap bank syariah masih ketinggalan dalam penggunaan teknologi perbankan.¹⁰⁴

Promosi bank syariah melalui media elektronik, media cetak dan media sosial dirasa belum maksimal. Padahal promosi merupakan media untuk memperkenalkan produk baik dari segi fisik maupun *brand*, promosi menjadi sangat penting karena pada proses inilah barang diperkenalkan masyarakat secara luas. Promosi juga menjadi rangkaian proses pemasaran setelah produk, harga serta saluran distribusi telah ditetapkan. Promosi menjadi salah satu strategi dalam bauran pemasaran yang berfungsi untuk menjelaskan produk secara menyeluruh kepada masyarakat secara luas.

¹⁰⁴M. Yunus (52 Tahun), Pengguna Bank Permata Syariah, *wawancara*, Seksi PHU Kanwil Provinsi Sulawesi Selatan, 29 Maret 2017.

Produk bank syariah seperti tabungan *wadi'ah* dan *mudharabah* dirasa masyarakat sulit untuk dipahami. Istilah maupun konsep pembagian hasil pegawai anggap sebuah pengetahuan yang baru, yang selama ini masih sedikit bahkan hal baru bagi mereka. Produk bank syariah mereka anggap sebuah hal yang baru karena selama ini mereka mendapatkan informasi yang sangat terbatas. Hal ini terjadi karena terbatasnya informasi yang mereka dapatkan baik melalui media maupun informasi secara langsung dari marketing bank syariah.

Pengetahuan masyarakat terhadap perbankan syariah sangat minim, mungkin hal ini terjadi karena promosi yang dilakukan perbankan kurang efektif dan tidak bisa langsung menjangkau masyarakat secara luas, bisa di bilang bahwa segmentasi perbankan syariah merupakan mereka-mereka yang secara konsep mengerti dan mereka-mereka yang melihat bahwa terdapat alasan agama dalam perbankan syariah. namun realitanya yang menabung karena agama lebih kecil daripada mereka yang tidak menabung. Sesungguhnya potensi nasabah bank syariah sangat luas apabila masyarakat terjamah dari edukasi lewat promosi serta pemahamannya.

4. Faktor Psikologis

Psikologi yang erat hubungannya dengan perasaan atau emosi, keberhasilan dalam beraktivitas yang didorong oleh minat akan membawa rasa senang dan memperkuat minat yang sudah ada, sebaliknya kegagalan akan mengurangi minat individu tersebut. Pada hal ini termasuk pada *brand image* syariah. Apabila *brand images* syariah tidak memberikan jaminan atau menimbulkan kepuasan terhadap konsumen, maka yang terjadi adalah *brand image* bukan menjadi faktor memilih bank. Dalam psikologi kognitif mengenai adanya memori yang sangat erat hubungannya dengan *brand image*. *Brand image*

itu sendiri adalah persepsi tentang merek yang merupakan refleksi memori konsumen akan asosiasinya terhadap merek tersebut.

Hasil wawancara dengan Solihin mengatakan bahwa:

Adanya fasilitas pembiayaan yang tidak membebani nasabah sejak awal dengan kewajiban membayar biaya secara tetap. Hal ini adalah memberikan kelonggaran psikologis yang diperlukan nasabah untuk dapat berusaha secara tenang dan sungguh-sungguh.¹⁰⁵

Prosesnya adalah ketika seseorang mendengar tentang adanya *brand* tertentu dan telah mengalami proses *encoding* sebelumnya bahwa menurut opini pegawai yang berkembang perbankan syariah adalah perbankan konvensional yang diberikan label syariah dan pada sistem dan kenyataannya tidak jauh berbeda dengan perbankan konvensional. Dan perbankan syariah juga munculnya masih baru-baru ini dibandingkan dengan kemunculan bank konvensional. Hal ini menimbulkan bahwa *image* syariah tidak menjadi faktor pegawai ASN memilih bank syariah.

Psikologis bisa disebut informasi yang masuk melalui alat indera, selanjutnya informasi yang diperoleh ini akan memengaruhi dan melengkapi usaha untuk memberikan arti terhadap lingkungan sekitarnya. Kurangnya informasi yang diperoleh menyebabkan mereka tidak mengenal bank syariah, akibatnya hal ini menimbulkan informan tidak tertarik atau tidak adanya minat untuk menjadi nasabah bank syariah sehingga mereka tidak pernah mencoba dan tidak punya pengalaman mengenai bank syariah. Oleh sebab itu, mereka yang tidak mengerti tentang bank syariah adalah mereka yang tidak mempunyai pengalaman atau tidak pernah menjadi nasabah bank syariah.

Persepsi berhubungan serta dengan pikiran dan perasaan. Pikiran mempunyai kecenderungan bergerak dalam sektor rasional analisis, sedangkan

¹⁰⁵Solihin (41 Tahun), Pengguna Bank Muamalat (BMI), wawancara, Seksi PHU Kanwil Provinsi Sulawesi Selatan, 30 Maret 2017.

perasaan yang bersifat halus atau tajam lebih mendambakan kebutuhan. Sedangkan akal berfungsi sebagai pengingat pikiran dan perasaan itu dalam koordinasi yang harmonis, agar minat dapat diatur dengan sebaik-baiknya. Sedangkan religiusitas sendiri adalah penghayatan dan pengalaman individu terhadap keyakinannya yang ditujukan dalam perilaku sehari-hari.

Memang pada awalnya, seorang muslim akan lebih memilih bank syariah dengan harapan mendapatkan kepuasan dari apa yang dipilih juga merasa aman bahwa sistem yang dijalani oleh lembaga syariah merupakan sistem yang Islami. Namun jika pada kenyataannya adalah perbankan syariah dan konvensional adalah sama saja. Dan bank syariah adalah perbankan konvensional yang diberikan label syariah dan tidak meninggalkan sistem konvensional yang ada, maka rasa percaya akan aman pada bank syariah juga diragukan. Dan pada hasilnya dengan memilih bank syariah ingin mendapat rasa aman namun ternyata sama saja dengan perbankan konvensional yang lebih dulu ada dan banyak yang meminati sehingga pegawai bank yang muslim juga lebih memilih bank konvensional.

Secara umum faktor-faktor pengetahuan dan sikap yang membentuk persepsi aparatur sipil negara dalam memilih menggunakan jasa bank syariah dapat dilihat pada Tabel 4. 3 berikut ini.

Tabel 4. 3

Faktor pengetahuan dan sikap yang membentuk aparatur sipil negara dalam memilih menggunakan jasa bank syariah

| No. | Unit analisis | Hasil analisis |
|-----|---------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Budaya | a. Terbiasa dengan bank konvensional b. Terikat dengan pekerjaan c. Kenyamanan dan kemudahan bertransaksi melalui bank konvensional |
| 2. | Sosial | a. Adanya dorongan dari teman, keluarga dan lingkungan b. Ingin mencoba-coba menggunakan bank syariah |

| | | |
|----|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | c. Mau berbeda dari yang lain. d. Gaya hidup |
| 3. | Teknologi | a. Penggunaan media dalam pengenalan bank syariah tidak segencar bank konvensional b. Belum maksimalnya bank syariah dalam promosi produk melalui media visual, audio, audio-visual, internet dan media sosial. |
| 4. | Psikologis | a. <i>Brand Image</i> bank syariah belum menjadi jaminan dalam menarik hati nasabah (pegawai ASN) b. Pemahaman pegawai bahwa bank syariah merupakan bank konvensional yang diberi label syariah. c. Pegawai dalam menabung mencari rasa aman dan nyaman. |

Setelah menganalisis tentang faktor pengetahuan dan sikap yang membentuk aparatur sipil negara lebih memilih bank syariah adalah mereka memberikan gambaran bahwa pertimbangan paling dominan dalam pemilihan bank syariah adalah faktor agama (bebas riba dengan sistem bagi hasil), berhubungan *kemaslahatan*. Pemilihan menggunakan jasa bank syariah dipandang dari *kemaslahatan* karena orientasi aparatur sipil negara adalah menjalankan aturan-aturan agama Islam secara *kaffah*. Selain itu juga, pada dasarnya perbankan syariah mempunyai banyak keunggulan di mana bank syariah memiliki sistem *profit and loss sharing* yaitu antara pihak pemodal dan yang menjalankan usaha harus sama-sama memberikan kontribusi dalam mendapatkan suatu keuntungan. Adapun jika terjadi kerugian maka mereka menanggungnya secara bersama-sama juga. Lain halnya dengan bank konvensional yang hanya menggunakan sistem *profit sharing* sehingga dari pihak pemberi modal hanya memberikan modal dan menerima bunga yang telah ditetapkan. Jika pihak peminjam modal mengalami kerugian dalam menjalankan usahanya, dari pihak pemberi modal tidak ikut serta bertanggung jawab akan tetapi tetap meminta bunga yang telah ditetapkan.

Dengan adanya keterikatan secara religi maka semua pihak yang terlibat dalam bank Islam adalah berusaha sebaik-baiknya dengan pengalaman ajaran agamanya sehingga berapa pun hasil yang diperoleh diyakini membawa berkah. Kelebihan bank syariah terutama pada kuatnya ikatan emosional keagamaan antara pemegang saham, pengelola bank dan nasabahnya. Dari ikatan emosional inilah dapat dikembangkan kebersamaan dalam menghadapi risiko usaha dan membagi keuntungan secara jujur dan adil.

Strategi jemput bola menjadi alternatif promosi bank syariah. Dengan langsung terjun dan mendekatkan diri ke masyarakat sehingga mereka dapat mengerti problematika masalah yang terjadi sehingga pegawai aparatur negara tidak memilih bank syariah. Strategi jemput bola juga bagian dari strategi mendekatkan diri dengan masyarakat sekaligus mengedukasi masyarakat yang tidak memahami bank syariah. Strategi jemput bola juga dapat berbentuk seminar-seminar tentang bank syariah sekaligus menawarkan produk dan mengedukasi pegawai. Pegawai sesungguhnya mudah untuk diajak komunikasi apabila semuanya jelas.

BAB V

PENUTUP

A. *Kesimpulan*

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, dan pembahasan yang dipaparkan pada bab terdahulu, maka kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Pada dasarnya aparatur sipil negara memiliki persepsi terhadap jasa bank syariah dilihat dari pengetahuan dan sikap karena pelayanan yang diberikan bank syariah dan juga biaya administrasi yang ringan. Selain itu, pegawai mengetahui bahwa bank syariah bebas dari riba dan dalam bank syariah terdapat akad-akad yang dikenal dengan bagi hasil sehingga tidak merugikan dan memberatkan pihak yang melakukan akad.
2. Faktor persepsi pegawai aparatur negara dalam menggunakan jasa bank baik bank syariah tidak lepas dari budaya organisasi di mana pegawai tersebut bekerja. Utamanya pegawai aparatur sipil negara di kantor wilayah kementerian agama provinsi Sulawesi Selatan menggunakan jasa bank konvensional karena telah ada aturan dari atasan dalam penyeragaman rekening dalam penerimaan gaji pegawai, tetapi setelah mendapat gaji mereka ditransfer ke rekening bank syariah. Adapun pegawai yang menggunakan bank syariah hanya karena dorongan teman, keluarga dan lingkungan tempat tinggal bukan karena faktor religius dan sebagainya. Tampaknya *brand image* bank syariah tidak menjadi alternatif dalam menarik psikologi terhadap sikap pegawai aparatur sipil negara, begitupun dengan kemajuan teknologi sekarang ini tidak digunakan bank syariah sebagai sarana promosi produk-produk bank syariah.

B. *Implikasi Penelitian*

Adapun implikasi penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

1. Bagi bank syariah

Nasabah bank syariah umumnya memiliki persepsi masing-masing dalam memilih bank syariah. Selama bank syariah ini memiliki ciri khas tersendiri, nasabah akan tetap memutuskan mengkonsumsi produk dan jasa yang ditawarkan. Bagi nasabah bank syariah, faktor produk dan harga merupakan faktor yang paling dominan bagi keputusan nasabah sehingga keberagaman produk dan keadilan harga ini sebaiknya dipertahankan. Jika nasabah merasa kinerja ciri khas ini menurun atau hilang, akan dimungkinkan nasabah beralih pada bank syariah lainnya. Nasabah umumnya paham tentang informasi kesyariahan dan informasi tentang bank syariah, sehingga pihak bank hendaknya mempertahankan informasi yang baik pada pandangan masyarakat sehingga mampu menarik calon nasabah baru.

2. Bagi pegawai aparatur sipil negara

Pegawai aparatur negara yang notabene beragama Islam tentunya dianjurkan dalam penggunaan produk dan jasa yang bernuansa Islam. Oleh karena itu, pegawai aparatur sipil negara senantiasa mencari informasi-informasi utamanya yang terkait dengan produk dan jasa bank syariah.

3. Peneliti Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya yang masih berminat untuk melanjutkan atau mengambil tema yang sama dengan penelitian ini diharapkan untuk bisa menyempurnakannya. Keterbatasan penelitian ini adalah pada instrumen-instrumen penelitian. Instrumen penelitian sudah mewakili variabel yang akan diteliti, namun akan lebih baik apabila instrumen ditambah sehingga hasil

penelitian dapat lebih memuaskan. Selain itu, dimensi baru juga dapat ditambahkan dengan harapan penelitian ini dapat lebih berkembang.



DAFTAR PUSTAKA

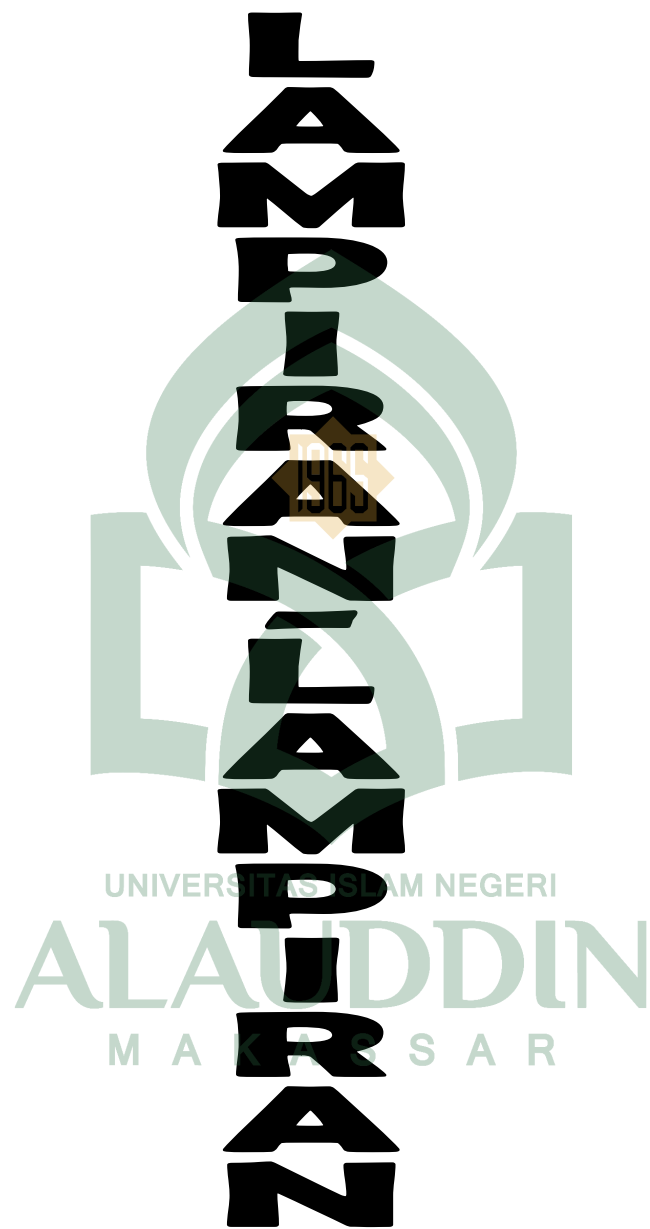
- Akbar, Harviz dan Haroni Doli H. Ritonga. "Persepsi Etnis China terhadap Perbankan Syariah di Kota Medan", *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*. Vol. 1, No. 2, (Januari 2013).
- Ali, Zainuddin. *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika, 2008.
- Allport, Gordon. *Personality*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Anjarningtias, Riantika. "Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Danamon Simpan Pinjam Indonesia, TBK Cabang Surabaya Unit Dukuh Kupang. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya. (2012).
- Amelia, Verra Rizki. "Persepsi Masyarakat Nanggroe Aceh Darussalam terhadap JasaPerbankan Syariah(Studi Pada Wilayah Lhokseumawe)".*ARTIKEL ILMIAH*. (2014).
- Ariani, Dian. "Persepsi Masyarakat Umum terhadap Bank Syariah di Medan". *Tesis*, Pascasarjana Universitas Sumatera Utara, 2007.
- Arif, M. Nur Rianto Ali. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: CV Alfabeta, 2011.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian; Suatu Pendekatan Praktek*. Cet. XI; Jakarta: Rineka Cipta, 1998.
- Prosedur Penelitian; Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: Rineka Cipta, 2002.
- Ball, Donald A. dan Wendell H.Mcclloch.*Bisnis International*. Jakarta: PT Salemba Emban Patria, 2001.
- Budiman RA, Saam Z, Thamrin. "Partisipasi dan persepsi masyarakat dalam upaya menjaga mengelola lingkungan hidup dan mempertahankan predikat kota bersih". *Jurnal Ilmu Lingkungan*. 2013.
- Direktorat Perbankan Syariah. "Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di Wilayah Sumatera Selatan".*Ringkasan Eksekutif*. KerjasamaBank IndonesiadenganInstitut Pertanian Bogor, 2004.
- Firmanda, Hengki. "Syari'ah Card (Kartu Kredit Syariah) ditinjau dari Asas *Utilitas* dan *Maslahah*".*Jurnal Ilmu Hukum* Volume 4 No. 2 (Februari-Juli 2014).
- Hasan. "Analisis Industri Perbankan Syari'ah di Indonesia".*Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*.Vol. 1, No.1 (Juli 2011).
- Hofstede, G. *Cultures And Organisation: Software Of The Mind*. London: Harper Collins Publisher.
- [Http://wordpress.com/2012/09/27/karakteristik penelitian studi kasus](http://wordpress.com/2012/09/27/karakteristik-penelitian-studi-kasus), diunduh pada tanggal 14 Mei 2013.
- Ivancevich, John .M, et al. *Perilaku dan Manajemen Organisasi*. Jakarta: Erlangga, 2006.

- Jamaluddin. "Teori Maṣlaḥat Dalam Perceraian: Studi Pasca Berlakunya UU No. 1 Tahun 1974 dan Kompilasi Hukum Islam". *Asy-Syir'ah: Jurnal Ilmu Syari'ah dan Hukum*. Vol. 46 No. II, (Juli-Desember 2012).
- Junaidi. "Persepsi Masyarakat Untuk Memilih dan Tidak Memilih Bank Syariah (Studi Kota Palopo)". *Jurnal Fokus Bisnis*. Volume 14, No. 02 (bulan Desember 2015).
- Kartajaya, Hermawan dan M. Syakir Sula, *Syariah Marketing*. Mizan, Bandung, 2006.
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Rajawali Pers, 2008.
- Kementerian Agama RI. *Al-Quran dan Terjemahnya*. Solo: SYGMA, 2010.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, terj. Heru Jati Purwoko Wasana dari *Marketing Management Analysis, Planing, Implementation and Control*. Jakarta: Erlangga, 1997.
- *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks, Kelompok Gramedia, 2005.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia, 2003.
- Lasana, Fajar. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Lupiyodi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Lupioyadi, Rambat dan A. Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2008.
- Mu'allim, Amir. "Persepsi Masyarakat terhadap Lembaga Keuangan Syariah". *Jurnal Al-Mawarid* Edisi X (Tahun 2003).
- Minor, Michael dan Mowen, *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga, 2002.
- Ningsih, Widya dkk. *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia*. Jakarta: Kencana Prenada Media, 2007.
- Noor, Fahd. "Preferensi Masyarakat Pesantren terhadap Bank Syariah (Studi Kasus DKI Jakarta)". *TAZKIA Islamic Business and Finance Review*. (2014).
- Nugroho, J. Setiadi. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Bandung: Prenada Media, 2003.
- Prakoso, Djoko. *Tindak Pidana Pegawai Negeri Sipil di Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika, 1996.
- Purwanti, Endang. "Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Produk Operator Seluler Indosat-M3 di Kecamatan Pringapus Kab. Semarang". *Among Makarti* Vol.6 No. 12, (Desember 2013).
- Rahmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*. Remaja Rosada Karya. Bandung, 2000.
- Rahmawaty, Anita. "Pengaruh Persepsi Tentang Bank Syari'ah Terhadap Minat Menggunakan Produk di Bni Syari'ah Semarang". *ADDIN*. Vol. 8, No. 1, (Februari 2014).

- Rahmawaty, Anita. "Pengaruh Persepsi tentang Bank Syari'ah terhadap Minat Menggunakan Produk di BNI Syariah Semarang". *Jurnal ADDIN*. Vol. 8. No. 1 (Februari 2014).
- Rahmawati, Dian. "Analisis Faktor Faktor yang Berpengaruh Terhadap Pemanfaatan Teknologi Informasi" *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, Volume 5 Nomor 1, (April 2008).
- Robbins, P. Stephen. *Psikologi Organisasi*, diterjemahkan dari *Organizational Psychology*. Jakarta: Prenhallindo, 2001.
- Romli. *Muqaranah Mazahib Fil Usul*. Jakarta:Gaya Media Pratama, 1999.
- Sakirman. "Urgensi Masalah dalam Konsep Ekonomi Syariah". *PALITA: Journal of Social-Religi Research*, Vol.1, No.1, (April 2016), h.17-28.
- Setiawan, Ivan Aries dan Imam Gozali, *Akuntansi Keprilakuan: Konsep dan Kajian Empiris Perilaku Akuntansi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Shaleh, Abdul Rachman, Muhbid Abdul Wahab. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Kencana, 2004.
- Simon dan Schuster. *Western New Word Dictionary*. Newyork: Printice hall, 1988.
- Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Rajawali Pres, 2010.
- Sunaryo. *Psikologi untuk Keperawatan*. Ester M, editor. Jakarta (ID): Penerbit Buku Kedokteran EGC, 2004.
- Suparno. "Persepsi Mahasiwa Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala terhadap Perbankan Syariah sebagai Lembaga Keuangan Syariah". *Jurnal Telaah & Riset Akuntansi*. Vol. 2, No. 1. (Januari 2009).
- Suprayogo, Imam dan Tobroni. *Metodologi Penelitian Sosial-Agama*. Bandung; PT. Remaja Rosdakarya, 2001.
- Sutedi, Adrian. *Perbankan Syariah Tinjauan Dari Beberapa Segi Hukum*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2009.
- Syaparuddin. "Formulasi Fungsi Masalah dalam Perilaku Konsumsi Rumah Tangga Muslim". *AT – TARADHI: Jurnal Studi Ekonomi*, Volume 6, Nomor 1, (Juni 2015).
- Syafei, Rachmat. *Fiqh Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia, 2006.
- Syarifuddin, Amir. *Ushul Fiqh, Jilid II*. Jakarta: Kencana, 2009.
- Swastha, Basu. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty, 2000.
- T, Muchtar. "Hubungan karakteristik elit formal dan elit informal desa dengan persepsi dan tingkat partisipasi mereka dalam program P3DT di Kabupaten Sukabumi. *Tesis*. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor. 1998.
- Teguh, Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005.
- Thaib, Hasballah. *Tajdid, Reaktualisasi dan Elastisitas Hukum Islam*. Medan: Program Pascasarjana Universitas Sumatera Utara, 2002.
- Thoha, Miftah. *Perilaku Organisasi: Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 1998.

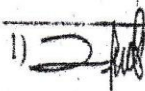


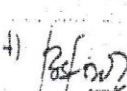



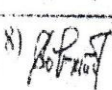


- Kepemimpinan Dalam Manajemen*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003.
- Titchener dan Wundt. *Introduction To Personality*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset, 2001.
- Walgito, Bimo *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi, 2004.
- Y, Hermawan. "Hubungan antara tingkat pendidikan dan persepsi dengan perilaku ibu rumah tangga dalam pemeliharaan kebersihan lingkungan". *Bumi Lestari Journal of Environment* 5(2):1-16.





Lampiran 1

IDENTITAS INFORMAN

| NO. | NAMA INFORMAN | JABATAN | UMUR | TANDA TANGAN |
|-----|------------------|---------------------------------------|------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Nurkhalis Ruslan | Staf Perencanaan | 31 | 1)  |
| 2. | H. M. Bakri | Kasubag Perencanaan | 54 | 2)  |
| 3. | Ambo Sakka Ambo | PD, Pontren | 44 | 3)  |
| 4. | Muh. Yunus | Staf Pelaksana PHTU | 52 | 4)  |
| 5. | Solihin | Kasi Pendaitaran dan Dokumentasi Haji | 41 | 5)  |
| | Suciati | Kepegawaian | 41 | 6)  |
| | Sitti Jumhara | Pelaksana Diseksi Kepegawaian | 39 | 7)  |
| | Hj. Dana Rohanah | Pelaksana Haji dan Umrah | 53 | 8)  |
| | Ayu Wahyuni | Staf Keuangan | 28 | 9)  |
| | Surianto Sukri | Penyuluh | 30 | 10)  |

Lampiran 2

Pedoman Wawancara**A. Identitas Informan**

Nama :

Umur :

Alamat :

Bidang :

B. Daftar pertanyaan

1. Bagaimana pandangan bapak/ibu tentang produk yang ditawarkan oleh bank syariah?
2. Bagaimana pandangan bapak/ibu mengenai biaya yang dikenakan dalam transaksi di bank syariah?
3. Bagaimana pandangan bapak/ibu tentang keberadaan bank syariah?
4. Bagaimana pandangan bapak/ibu mengenai promosi yang dilakukan bank syariah?
5. Bagaimana pandangan bapak/ibu tentang kualitas pelayanan yang dirasakan di bank syariah?
6. Bagaimana pandangan bapak/ibu tentang fasilitas bank syariah seperti bangunan, lahan parkir, ATM dan sebagainya?
7. Bagaimana pandangan bapak/ibu tentang prosedur ketika mendaftar menjadi nasabah di bank syariah?
8. Bagaimana pandangan bapak/ibu tentang penggunaan teknologi yang dilakukan bank syariah?
9. Bagaimana cara bapak/ibu menyikapi menggunakan bank syariah padahal penarikan gaji dilakukan melalui bank konvensional?
10. Bagaimana awalnya bapak/ibu mengenal bank syariah dan mengapa tertarik menggunakannya?

Lampiran 3

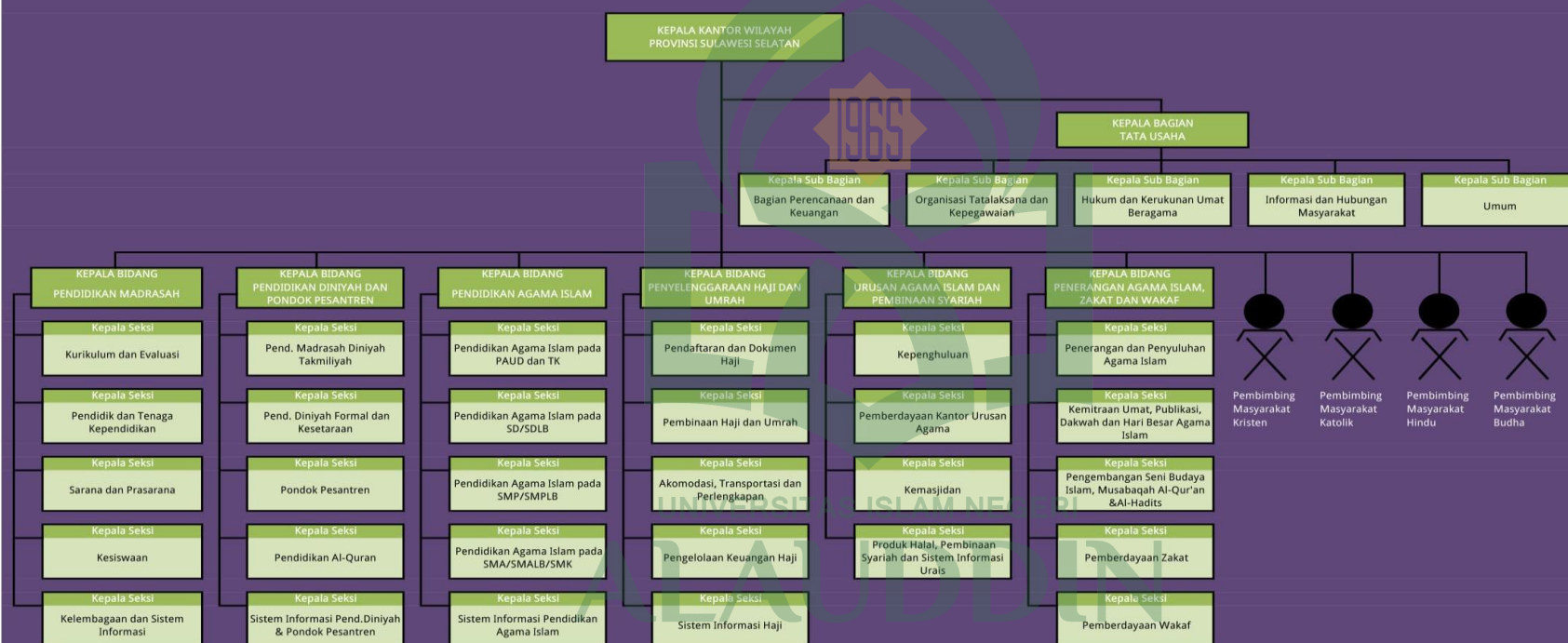
Dokumentasi Penelitian







STRUKTUR ORGANISASI KANTOR WILAYAH KEMENTERIAN AGAMA PROVINSI SULAWESI SELATAN BERDASARKAN PMA NO. 13 TAHUN 2012





**KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR
PASCASARJANA**

Jalan Sultan Alauddin No. 63 Telp. 0411-642450 Fax 0411-681528 Makassar 90221

Yor : Un.06/PS/TL.00 9084 /2017
M a i : Permononan izin Penelitian

Samata, 17 Januari 2017

Kepada Yang Terhormat
Gubernur Provinsi Sulawesi Selatan,
Cq. UPT P2T BKPMD Provinsi Sulawesi Selatan
Di
Makassar

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat disampaikan bahwa mahasiswa Pascasarjana UIN Alauddin Makassar yang tersebut namanya di bawah ini:

N a m a : Rasnawati
N o . I . M : 80600214025
Konsentrasi : Ekonomi Syariah

telah sudah mengadakan penelitian dalam rangka penyusunan Tesis dengan judul:

**PERSEPSI PEKAWAI APARAT SIPIL NEGARA TERHADAP PENGGUNAAN
IASA BANK SYARIAH**
(Studi Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan)

sehingga salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister dalam bidang Ekonomi Syariah dengan Promotor dan Kopromotor:

1. Dr. Wahyuddin Abdullah SE, M.Si., Akt (Promotor)
2. Dr. Andi Suarda, M.Si (Kopromotor)

Untuk maksud tersebut kami mengharapkan kiranya kepada Mahasiswa yang bersangkutan dapat diberi izin untuk mengadakan penelitian dari bulan Januari 2017 s/d April 2017.

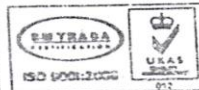
Atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

ALAUDDIN
MAKASSAR

Wassalam
Direktur

Prof. Dr. Sabri Samin, M.Ag.
NIP. 19561231 198703 1 022





12017191420565

PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
BIDANG PENYELENGGARAAN PELAYANAN PERIZINAN

Nomor : 547/S 01P/P2T/01/2017
 Lampiran :
 Perihal : Izin Penelitian

Kepada Yth.
 Kepala Kanwil Kementerian Agama Prov. Sulsel

di
 Tempat

Berdasarkan surat Direktur PPs UIN Alauddin Makassar Nomor : Un/00/PP-S/00.9/06/12/2016 tanggal 17 Januari 2017 perihal tersebut diatas, mahasiswa peneliti dibawah ini:

| | |
|--------------------|---------------------------------|
| Nama | RASHAWATI |
| Nomor Pokok | 80600214025 |
| Program Studi | Ekonomi Syariah |
| Pekerjaan/Instansi | Mahasiswa S2 |
| Alamat | Jl. Si Alauddin No. 63 Makassar |

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah kantor saudara dalam rangka penyusunan Tesis, dengan judul:

**PERSEPSI PEGAWAI APARAT SIPIL NEGARA TERHADAP PENGGUNAAN JASA BANK SYARIAH
 (STUDI KANTOR WILAYAH KEMENTERIAN AGAMA PROVINSI SULAWESI SELATAN)**

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. 20 Januari s/d 20 Februari 2017

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami *menyetujui* kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Dengan Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar
 Pada tanggal : 19 Januari 2017

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
MAKASSAR
 A. M. YAMIN, SE., MS.
 Pangkat : Pembina Utama Madya
 Nip : 19610513 199002 1 002

Terselenggara
 1. Direktur PPs UIN Alauddin Makassar & Makassar
 2. Peneliti

Surat Keterangan



Jl. Boulevard No. 5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936
 Website : www.gov.sulsel.go.id Email : pp2_gov.sulsel@yahoo.com



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Rasnawati, lahir pada tanggal 17 Juni 1981 di Sandakan, Malaysia.

Berkat kasih sayang kedua insan yaitu Ayahanda Samarang dan Ibunda Hj. Madinah, istri dari Dr. Patawari, SH.I, MH., telah dianugerahi 2 (dua) orang anak; Misbahul Khair Patawari dan

Miftahul Khair Patawari. Penulis merupakan anak ke 2 dari 6 bersaudara yaitu Jumriah, S.Pd, Abd. Walid, S.Pd.I., MA, Ishak, S.Pd.I., M.Pd.I., Sitti Maryam, S.Kep.Ners., Muh. Syakur. Saat ini, penulis sebagai mahasiswa pascasarjana Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar jurusan Ekonomi Syariah.

Penulis pernah mengenyam pendidikan di SDN 120 Pinrang tamat tahun 1993, SMP Negeri Leppageng Pinrang tamat tahun 1996, Pesantren DDI Al-Furqan Pare-Pare tamat tahun 1999, S1 Fakultas Syariah IAIN Alauddin Makassar tamat tahun 2003. S2 Konsentrasi Ekonomi Syariah. Penulis juga aktif di organisasi dan dunia kerja, antara lain Sanggar Seni Budaya Esa, pengurus HMI 1999 sampai 2003, pengurus HMJ dan sekarang penulis bekerja di kantor Kementerian Agama Kota Makassar sebagai Staf Bagian Haji dan Umrah dari 2005 sampai sekarang.